

**PLAN DE NEGOCIO DEL ECOHOTEL LA GUAYABERA
EN EL MUNICIPIO DE AGUADAS (CALDAS)**

**PRESENTADO POR:
JAIME FERNANDO JARAMILLO CASTRILLON**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
PEREIRA RISARALDA
2018**

**PLAN DE NEGOCIO DEL ECOHOTEL LA GUAYABERA
EN EL MUNICIPIO DE AGUADAS (CALDAS)**

**PRESENTADO POR:
JAIME FERNANDO JARAMILLO CASTRILLON**

Tesis de grado para obtener el título de Administrador Ambiental

**Directora:
Sandra Loaiza
Docente universitaria**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
PEREIRA RISARALDA
2018**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Pereira 29 Mayo 2018,

DEDICATORIA

A mi madre Yolanda Castrillón Martínez, tu perseverancia y apoyo me dieron el coraje y la fuerza que necesitaba para sacar este proyecto adelante.

A la memoria de mi padre Oscar Fernando Jaramillo, cuyo sueño era verme completar este ciclo y con el más grande amor es para ti.

A mi hija Victoria Jaramillo Ángel, tu temprana existencia le dio un sentido más grande a mi vida.

A mi hermana Paulina Jaramillo, el orgullo que siento día a día por ti Fue la inspiración necesaria para culminar esta etapa.

En los momentos en los que sentía que desfallecía tu amor era lo que me levantaba cada día, siempre dispuesta a todo por mí eres aquello por lo cual lucho cada día, a ti Vanessa.

AGRADECIMIENTOS

Muchas gracias al Dr. Raúl Aristizabal por permitirme realizar este proyecto en su propiedad, por mostrarme la realidad del mundo profesional y por su gran amistad.

Muchas gracias a la docente Sandra Loaiza, por su entrega y disposición así como sus sabios conocimientos me permitirán encontrar el camino correcto y alcanzar mis metas como profesional.

Muchas gracias a Edixon Sepúlveda su entrega y perseverancia han sido y serán siempre fuente de inspiración.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	1
1. ANTECEDENTES	2
1.1. Historia del turismo en Colombia	2
1.2. El Turismo en Caldas	3
2. FORMULACION DEL PROBLEMA	9
3. JUSTIFICACIÓN	10
4. MARCO TEÓRICO	11
4.1. Plan de Negocio	11
4.2. Introducción al Turismo	16
4.3. Análisis económico del Turismo	16
4.4. Breve historia del Turismo	17
4.5. Colombia ambiental	18
4.5.1. Factores de amenaza	20
4.5.2. Colombia Rural	21
4.6. El Turismo en Colombia	23
4.7. Turismo y su impacto ambiental	24
4.8. Ecoturismo	25
5. MARCO SITUACIONAL	28
5.1 Diagnóstico Ambiental del Municipio de Aguadas Caldas	28
5.1.1. Información General	28
5.1.1.1. Historia	29
5.1.1.2. División administrativa	30
5.1.1.3. Clima	30
5.1.1.4. Aspectos poblacionales	31

5.1.1.5. Potencialidades	33
5.1.1.6. Vías de acceso	34
5.1.2. Infraestructura	35
5.1.2.1. Cobertura y Calidad	35
5.2. Perfil Ambiental del predio - Finca “La Guayabera”	39
5.2.1. Localización	39
5.2.2. Temperatura	39
5.2.3. Precipitación	39
5.2.4. Componente Biótico	39
5.2.4.1. Zona de Vida	39
5.2.4.2. Fauna	39
5.2.4.3. Flora	39
5.2.5. Componente Geológico	40
5.2.5.1. Rocas Ígneas	40
5.2.5.2. Rocas Metamórficas	40
5.2.5.3. Geomorfología	40
5.2.5.4. Paisaje de Montaña	40
5.3. Estudio de Riesgo de la Finca “La Guayabera”	41
5.3.1. Procesos generadores de condiciones de riesgo	41
5.3.2. Factores de Amenaza	41
5.3.2.1. Sísmico	41
5.3.2.2. Fenómenos de remoción en masa	41
5.3.2.3. Hidroclimatológico	41
5.3.3. Vulnerabilidades	42
5.3.3.1. Vulnerabilidad Ecológica	42
6. MARCO LEGAL	47
6.1. Leyes y estatutos	47
6.2. Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019	50
6.3. Normas Técnicas Sectoriales	51

7. OBJETIVOS	53
7.1. Objetivo General	53
7.2. Objetivos específicos	53
8. CAPÍTULO I	54
8.1. ESTUDIO DE MERCADO	54
8.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	54
8.2.1. Análisis del sector	54
8.2.2. Análisis de la competencia	58
8.2.3. Disponibilidad turística	58
8.2.4. Análisis de la competencia Local	60
8.2.5. Matriz de competitividad	63
8.2.6. Nivel de competitividad	65
8.2.7. Evaluación de competencia	66
8.2.8. Análisis del mercado	66
8.2.9. Justificación del mercado	68
8.2.10. Perfil del Consumidor	68
8.3. ESTRATEGIA DE MERCADO	70
8.3.1. Estrategia de precio	75
8.3.2. Estrategia de comunicación	76
8.3.3. Estrategias de ventas	77
8.4. PROYECCION DE VENTAS	78
8.4.1. Proyecciones	78
9. CAPITULO 2	84
9.1. ESTUDIO TÉCNICO	84
9.2. OPERACIÓN	84
9.2.1. Ficha técnica del producto o servicio	84
9.2.2. Estado de desarrollo	84
9.2.3. Necesidades y requerimientos	85

9.3. INFRAESTRUCTURA	86
9.3.1. Infraestructura-Parámetros Técnicos Especiales	86
10. CAPITULO 3	92
10.1. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	92
10.1.1. Análisis DOFA	92
10.1.2. Organismos de apoyo	93
10.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	94
10.2.1. Estructura Organizacional	94
10.3. ASPECTOS LEGALES	95
10.3.1. Constitución y legalidad	95
10.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COSTOS OPERACIONALES	97
10.4.1. Gastos de Personal	97
10.4.2. Inversión de puesta en marcha	98
10.4.3. Gastos Infraestructurales	99
10.4.4. Costos de mantenimiento operacional y Gastos administrativos y marketing	101
11. CAPITULO 4	102
11.1. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	102
11.1.1. Fuentes de financiación	102
11.1.2. Ingresos y egresos	104
12. CAPÍTULO 5	105
12.1. Conclusiones	105
12.1.1. Ventas	105
12.1.2. Índice de ocupación	106
12.1.3. Egresos	107
12.1.4. Utilidad neta Vs Egresos	108
12.1.5. Análisis de inversión y Resultados	109
12.2. Bibliografía	107
12.3. Anexos	110

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Historia del Turismo en Colombia	3
Tabla 2. Prestadores de servicios turístico por tipologías en el Departamento de Caldas	6
Tabla 3. Necesidades Básicas Insatisfechas	31
Tabla 4. NBI Distribución municipal	31
Tabla 5. Datos Poblacionales	32
Tabla 6. Población Étnica	32
Tabla 7. Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud en Aguadas	36
Tabla 8. Normas Técnicas Sectoriales en Turismo	50
Tabla 9. Normas Técnicas Sectoriales en Turismo	51
Tabla 10. Numero de Prestadores de Servicios Turísticos en Colombia	53
Tabla 11. Motivos de Viaje	55
Tabla 12. Prestadores de servicios turísticos en el departamento de caldas	57
Tabla 13. Matriz de competitividad	63
Tabla 14. Nivel de competitividad del Sector Hotelero Campestre del Departamento de Caldas	64
Tabla 15. Matriz de Evaluación de Competencia - Hotel Campestre la Guayabera	65
Tabla 16. Mercado Objetivo Visitantes extranjeros - Visitantes nacionales	66
Tabla 17. Mercado Objetivo – Visitantes extranjeros No Residentes- Visitantes nacionales	66

Tabla 18. Listado de Servicios	69
Tabla 19. Listado de Precios	74
Tabla 20. Proyección de Ventas Primer Año	77
Tabla 21. Proyección de Ventas Segundo Año	78
Tabla 22. Proyección de Ventas Tercer Año	79
Tabla 23. Proyección de Ventas Cuarto Año	80
Tabla 24. Proyección de Ventas Quinto Año	81
Tabla 25. Inversión requerida	84
Tabla 26. Equipo de Oficina...	85
Tabla 27. Capacidad Instalada	87
Tabla 28. Análisis Dofa	91
Tabla 29. Nomina	97
Tabla 30. Inversión de Puesta en Marcha	98
Tabla 31. Inversion de infraestructura	100
Tabla 32. Costos de mantenimiento operacional - Gastos administrativos y marketing	101
Tabla 33. Total Inversion y aporte de socios	102
Tabla 34. Ingresos y egresos	103

INDICE DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Prestadores de servicios turísticos por tipologías en el Departamento de Caldas	7
Grafica 2. Mapa del casco urbano del municipio de Aguadas Caldas	28
Grafica 3. Mapa de Conectividad y accesibilidad del municipio de Aguadas	34
Grafica 4. Servicios Públicos	35
Grafica 5. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote La Guayabera	42
Grafica 6. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote La Florida-La Guayabera	42
Grafica 7. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote La Florida -El Salado	43
Grafica 8. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote El Cedro- La Guayabera - La Mongolia - Cuatro Esquinas	43
Grafica 9. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote Playa Rica.	44
Grafica 10. Delimitación de la finca La Guayabera por puntos geo satelitales	44
Grafica 11. Mapa de la Finca La Guayabera referenciada - Curvas de Nivel, Usos de suelo, Geología e infraestructura	45
Grafica 12. Llegada de Pasajeros internacionales en vuelos regulares	55
Grafica 13. Prestadores de Servicios Turísticos en el Municipio de Aguadas Caldas	59
Grafica 14. Mapa de Servicios - Etapa 1	70

Grafica 15. Mapa de Servicios - Etapa 2	71
Grafica 16. Mapa de Servicios - Etapa 3	72
Grafica 17. Mapa de Procesos	73
Grafica 18. Distribución en Redes Sociales Perfil de Facebook	75
Grafica 19. Cabañas para 2 personas.	86
Grafica 20. Cabaña para 4 personas	87
Grafica 21. Climatización de Biopiscinas por medio de Celdas Solares.	89
Grafica 22. Estructura Organizacional	93
Grafica 23. Ventas	105
Grafica 24. Índice de ocupación	106
Grafica 25. Egresos	107
Grafica 26. Utilidad neta Vs Egresos	108
Grafica 27. Análisis de inversión y Resultados	109

RESUMEN

Este plan de negocios busca mostrar la viabilidad de la creación del Hotel Campestre la Guayabera el cual estaría delimitado dentro de la Finca la Guayabera propiedad del Señor Raúl Aristizabal, ubicada en la vereda de Cuatro Esquinas zona rural del municipio de Aguadas Caldas.

El Hotel Campestre La Guayabera buscará proveer una experiencia recreativa en un ambiente rural campestre, en base a unos servicios de recreación y esparcimiento con énfasis eco turístico. Entre las principales actividades que se brindaran a los huéspedes se encuentran; caminatas ecológicas, avistamiento de aves, Biopiscinas Climatizadas, deslizamiento con tirolesa, ciclismo de montaña, talleres de capacitación y concientización del potencial ambiental de la zona y de la región. Así como prácticas agrícolas y ganaderas, además de disfrutar de un ambiente limpio y rustico diseñado para aquellos que quieran alejarse del agitado mundo urbano e irse a refugiar en este bello rincón de Colombia.

Los huéspedes tendrán a su disposición de 30 cabañas plenamente construidas y adecuadas para ser habitadas por el tiempo que sea requerido, a su vez se contara con una zona de camping para aquellos que buscan una experiencia más directa con el entorno. Se contara con un personal de 63 empleados los cuales el 60 % serán habitantes del municipio de Aguadas así como de las veredas aledañas con el fin de fomentar el progreso del municipio y el incremento de nuevas fuentes de empleo, y con una política de funcionamiento que el mayor porcentaje de trabajadores sean mujeres cabeza de familia.

Se realizara una inversión inicial de \$ 7.513.097.021 divididos en Inversión de infraestructura, Inversión en equipos de oficina, nomina permisos y planeación. Con el conocimiento por parte del equipo de trabajo se pretende llevar este proyecto a la realidad y generar en la región ese desarrollo económico, social y ambiental en la región el cual es uno de los motivantes principales para la realización de este proyecto.

ABSTRACT

This business plan seeks to show the viability of the creation of the Country Hotel La Guayabera which is within the property of the Guayabera owned by Mr. Raúl Aristizábal, in the village of Four Corners rural area of the municipality of Aguadas Caldas.

The Country Hotel La Guayabera seeks a recreational experience in a country rural environment, based on recreational and recreational services with ecological emphasis. Among the main activities offered to guests are; ecological walks, bird watching, climatic bio-pools, slide with zip line, mountain biking, training workshops and awareness of the environmental potential of the area and the region. As well as agricultural and livestock practices, in addition to a clean and rustic environment designed for those who want to get away from the urban world and go to take refuge in this beautiful corner of Colombia.

The guests have a disposition of 30 cabins built and suitable to be inhabited by the time that the sea requires, sometimes it is contacted with a camping area for those who look for a more direct experience with the environment. There will be a staff of 63 employees, 60% of which are inhabitants of the municipality of Aguadas, as well as the neighboring districts in order to promote the progress of the municipality and the increase of new sources of employment, and with an operational policy that the most of the workers are female heads of household.

An initial investment of \$ 7.513.097.021 will be made divided into infrastructure investment, investment in office equipment, payroll permits and planning. With the knowledge of the work team, we intend to take this project to reality and generate in the region that economic, social and environmental development in the region which is one of the main motivators for the realization of this project.

INTRODUCCION

El siguiente trabajo busca establecer las principales áreas de oportunidad así como de fortalezas en la consolidación del Eco-hotel campestre la Guayabera en zona rural del municipio de Aguadas. En este trabajo se plantean estrategias turísticas las cuales tienen un balance en cuanto a la viabilidad económica y la responsabilidad ambiental.

En este documento se llevaron a cabo procesos comparativos y de análisis a los competidores turísticos más representativos del municipio y de la región, tomando en cuenta el flujo de turistas tanto nacionales como internacionales. Para este análisis se crearon matrices que miden y asignan una puntuación, en base a los servicios clave, precios, ubicación y atractivo comercial. Este puntaje determina el nivel de competitividad, las áreas de oportunidad, así como fortalezas y características de servicio. Todo esto con el fin de realizar un análisis más profundo del nivel de competencia del sector turístico en la región.

Como medida de innovación se contempla la fusión en el uso de energías renovables con el servicio y esparcimiento brindado al huésped, con un aprovechamiento continuo y responsable del potencial biótico del área.

Este trabajo contempla los impactos ambientales, socioeconómicos y culturales que se pueden llegar a manifestar con la posible realización de este proyecto, en base a esto se realizó un estudio de riesgo de los posibles escenarios de amenaza, además de un análisis al inventario cultural y natural del municipio así como del terreno.

1. ANTECEDENTES

1.1. Historia del turismo en Colombia

El turismo en Colombia comenzaría el 17 de junio de 1954 con la creación formal de la Asociación Colombiana de hoteles (ACOTEL) en Barranquilla que fue principalmente generada por John Sutherland, entonces Gerente del Hotel Tequendama. El 25 de octubre de 1955 se formó la Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia (ALAIICO) en la ciudad de Bogotá. El 24 de octubre de 1957 el gobierno creó la Empresa Colombiana de Turismo por Decreto 0272. Mientras que los restaurantes se agremiaron en la Asociación Colombiana de Grandes Restaurantes (ACOGRA). En 1959, la alcaldía de Bogotá creó el Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá.¹

¹ VALENCIA, Jorge C. Cronología Básica para una Historia del Turismo Colombiano [En línea]. Bogotá, 1992 [Citado 6-Enero -2017]. Disponible en internet: <http://www.boletin-turistico.com/america/ayercol.htm>

Tabla 1. Historia del Turismo en Colombia

Historia del Turismo en Colombia	
1954-1962	En este año ocurrió la fundación en el HOTEL El Prado de Barranquilla de la ACOTEL (Asociación Colombiana de HOTELES) hoy Asociación Hotelera de Colombia COTELCO. Entre los fundadores estaba el entonces Gerente del HOTEL Tequendama John Sutherland quien convocó a varios de los más importantes hoteles del país.
	Por el Decreto 0272 se crea la "Empresa Colombiana de Turismo S.A."
	Se realiza la creación de la Asociación Colombiana de Grandes Restaurantes ACOGRAN, hoy "Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica" ACODRES.
	Ocurre la fundación en Bogotá de la ALAICO (Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia)
	Se lleva a cabo la creación del Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá, hoy "Instituto Distrital de Cultura y Turismo".
	Inauguración del Aeropuerto El Dorado de Bogotá, que reemplaza al antiguo Aeropuerto de "Techo".
	Inauguración del Ferrocarril "Expreso del Sol", que efectuaba la ruta Bogotá-Fundación (Magdalena)
	Nace el Diners Club de Colombia. Ernesto "El Bebé" Carlos Martelo, su primer Presidente.

² IBID

1963-1971	Inauguran en Santa Marta el HOTEL Irotama.El Primer Hotel "Resort" del País. Su propietario, Don Héctor Díaz Beltrán.
	Fundación de Hoteles Ltda. Primera Cadena Hotelera colombiana sobreviviente. Jorge Londoño su actual Presidente.
	Inauguración del Museo del Oro de Bogotá. Planos de la firma de arquitectos Esguerra, Saez, Urdaneta, Suarez y Germán Samper.
	El total de turistas extranjeros llegados al país se situó en 65.468.
	XIII Congreso Eucarístico Internacional. Primera visita de un Papa a América Latina, Paulo VI, quien viaja desde Roma a Colombia en un avión de Avianca especialmente acondicionado para él. Esta fué su frase de despedida: "No os digo adiós porque os llevo en mi corazón"
	El total de turistas extranjeros llegados a Colombia llegó a 94.761
1972-1993	Inauguración del Hotel Cali Intercontinental. Juegos Panamericanos
	Inauguración del Puente "Pumarejo" sobre el Río Magdalena. La obra se había iniciado dos años antes. Planos: Cuéllar, Serrano , Gómez y Compañía.
	La Terminal de Transportes de la capital del país inicia operaciones. Hoy es la más grande de Colombia y despacha para 76 empresas de transporte interdepartamental de pasajeros.
	Desaparecen en masa los trenes de pasajeros. Ahora operan algunos trenes privados como el de la Sabana, de la Montaña y Girardot. Mintransporte, a través de Inco, administra Turistren y el Tren de Café y Azúcar.
	American Airlines llega a Colombia. Arranca con vuelos desde Bogotá y Cali a Miami (E.U). Hoy los colombianos pueden viajar por la aerolínea a 250 ciudades en más de 40 países, a través de la conexión de Miami.
	Cartagena es declarada Patrimonio de la Humanidad. Posteriormente reciben el reconocimiento Mompox, El parque Los Katios, los parques arqueológicos San Agustín y Tierradentro, el Carnaval de Barranquilla, Palenque de San Basilio y la isla Malpelo.

1996-2006	Se expide la Ley 300 que dicta que "el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país...". Con ello se posibilita la creación del Fondo de Promoción Turística y más adelante, el Viceministerio de Turismo
	Se abre Maloka en Bogotá, el centro interactivo de ciencia y tecnología más grande de Latinoamérica. En el 2008 se presenta en el Campamento Internacional de Ciencia e Ingeniería de Seúl (Corea).
	El Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (Panaca) abre sus puertas en el Quindío. Una idea colombiana exportada a Costa Rica, que revoluciona el entretenimiento y lo asocia a la contemplación de la vida del campo.
	La reforma tributaria de este año crea incentivos para el sector como rebajas y exenciones de impuestos hasta por 30 años para INVERSORES en nuevas construcciones y mejoras hoteleras en Colombia.
	Santander inaugura el Parque Nacional del Chicamocha (Panachi), una obra sobre el cañón del Chicamocha con el más grande espacio para deportes de aventura. Se consolida la región como ecodestino.
2007 a la fecha	Ingresa a Colombia Easy Fly, la primera aerolínea de bajo costo, que opera entre ciudades intermedias. Abre paso a la entrada de la aerolínea estadounidense Spirit, también de bajo costo, que llega en el 2008.
	Por primera vez en Colombia se celebra la XVII Asamblea de la Organización Mundial de Turismo, OMT, de las Naciones Unidas. En Cartagena se reúnen las cabezas del sector turístico de todo el mundo
	Las playas del Tayrona en Santa Marta son el segundo sitio de ensueño del planeta según el diario inglés 'The Guardian'. En la lista de 10 lugares es solo superada por las Islas Cíes en Galicia, España.
	Se ordena la demolición del aeropuerto Eldorado. Se hace en común acuerdo entre el Gobierno y Opaín, consorcio que lo opera desde el 2007, como solución para soportar el tráfico que se avecina en el futuro
	En los catálogos de turismo de países de otros continentes ya aparece Colombia como destino atractivo internacional. Un logro que se ha dado con el tiempo y gracias a la estrategia diversificación, puesta en marcha por Proexport.

3

Fuente: Elaboracion Propia

³ IBID

1.2. El Turismo en Caldas

El departamento de Caldas cuenta con uno de los atractivos más importantes del Eje Cafetero, El Nevado del Ruiz. Desde la ciudad de Manizales usted puede programar su excursión al nevado. Siendo la ciudad de Manizales el eje turístico del departamento es una ciudad con mucha actividad, la ciudad misma y su vida nocturna, el ascenso al Parque Natural de Los Nevados, las aguas termales y las actividades culturales tales como el Festival de Teatro, El Reinado Internacional del Café y la Feria de Manizales.

En el departamento de Caldas se encuentra un total de 424 prestadores de servicio turístico, donde el 67% de los prestadores son establecimientos gastronómicos y bares, el 21% establecimientos de alojamiento y hospedaje, el 5% empresas transportadoras, 5% guías turísticos y el restante 2% agencias de viajes y turismo.

Tabla 2. Prestadores de servicios turístico por tipologías en el Departamento de Caldas.

Establecimiento de alojamiento y hospedaje	91
Establecimiento gastronómicos y bares	282
Guías turísticos	22
Agencias de viajes y turismo	8
Empresas de transporte turístico	21
TOTAL	424

Fuente: Estudio y Caracterización Sector Turismo Caldas – Cámara de Comercio de Manizales

⁴ ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUADAS CALDAS. Plan de ordenamiento territorial del municipio de Aguadas Caldas. [En línea]. Aguadas – Colombia, 2009 [Citado 4 -Enero -2017]. Disponible en internet: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos>

Grafica 1. Prestadores de servicios turísticos por tipologías en el Departamento de Caldas.



Fuente: Estudio y Caracterización Sector Turismo Caldas – Cámara de Comercio de Manizales

Dando un análisis al sector turístico y al estado del mismo, se debe resaltar que los prestadores de servicio turístico en los municipios del departamento de Caldas carecen de la utilización de las tecnologías de información y las comunicaciones. Esto se evidencia con los datos obtenidos por la cámara de comercio de Manizales en su estudio de caracterización del sector turístico en el departamento, en el que el 91% no usa página web propia, el 43% no tienen correo electrónico y únicamente el 25% usa las redes de sociales como herramienta para promocionar y comercializar sus productos turísticos. Un segundo aspecto es el tema de la legalidad y la formalidad de los mismos. En este estudio se encontró que el 73% cuenta con registro en la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas y tan solo el 22% cuenta con el Registro Nacional de Turismo – RNT. Adicional a esto, se encuentra el tema del bilingüismo del personal que se desempeña en el sector. El 84% de los prestadores de servicios turísticos no maneja un segundo idioma, lo cual, es un cifra bastante alta y preocupante, especialmente, en el marco de la

globalización, los tratados de libre comercio y la declaratoria del Paisaje Cultural cafetero –PCC como patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO.

Por otro lado, existen ciertas debilidades frente a las normas técnicas de infraestructura, gestión y de servicio al cliente que los prestadores de servicios turísticos deben cumplir, para entrar a la normatividad de calidad a nivel nacional e internacional. Por ejemplo, en los establecimientos de alojamiento y hospedaje el 60% no realiza ninguna acción para la fidelización de sus clientes, el 66% no lleva ningún proceso de evaluación y seguimiento del servicios a sus clientes, el 72% no cuenta con un sistema de costos hoteleros, el 92% no posee un Plan de Manejo Ambiental y el 98% no tienen alguna certificación de calidad.

Mientras que en los establecimientos gastronómicos y bares el 44% no tiene servicios sanitarios separados por género, el 43% no cuenta con un plan de emergencias, 62% no tiene programas por escrito de desinfección y limpieza y de desechos sólidos y de control de plagas y el 86% no cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales A.R.P. Cumplir con estas normas de calidad son una forma de generar valor agregado en el negocio y son fundamentales en el nuevo concepto de mercado inteligente, ambiental y comprometido con las buenas prácticas sectoriales.

El turismo es un sector estratégico, potencial y fuente secundaria de ingresos para gran parte de los habitantes del sector rural en Colombia y en Caldas. Por este motivo, fortalecer el sector turístico, representaría mitigar algunas problemáticas sociales en el campo y en los municipios y sería una respuesta directa, clara y efectiva en mejorar las condiciones de vida de los habitantes en el departamento.

Vale la pena resaltar que hay ciertos aspectos que son favorables para el sector y los prestadores de servicios turísticos. Sin embargo, si el objetivo es fortalecer el sector y convertirlo en un sector de talla mundial, es necesario cerrar las brechas y rezagos que están presentes al interior del sector.⁵

⁵ IBID

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Por qué se considera necesario la construcción de un Hotel Campestre en el área rural del Municipio de Aguadas Caldas?

El municipio de aguadas es un municipio icónico del país, su fundación, su historia, sus paisajes y su gente hacen parte de ese legado caldense poderoso el cual no se está aprovechando para el desarrollo de sus habitantes y el del municipio. Podemos ver un incremento significativo en el número de turistas que llegan del extranjero así como turistas nacionales, que en base a esta nueva ola verde de pensamiento nómada, buscan experiencias distintas más humanas, más personales, experiencias que vinculen al turista con el territorio de una manera única, tanto así que tengan un impacto en la perspectiva del turista en base a la experiencia y al viaje vivido.

Actualmente el municipio de la Aguadas no cuenta con un hotel campestre, que brinde el servicio de hospedaje para una gran cantidad de personas, en el sector se encuentran más que todo fincas y haciendas que brindan servicio de hospedaje para ciertos turistas pero no para todos aquellos que busquen una experiencia más alejada de lo convencional.

Por esta razón se considera que el hotel Campestre “La Guayabera” suplirá las necesidades de muchos turistas que desean alojarse a las afueras del municipio y no encuentran un lugar donde hospedarse y disfrutar de una experiencia más natural alejados del bullicio y el estrés de las grandes ciudades.

3. JUSTIFICACION

El en municipio de aguadas se está presentando un incremento turístico, el cual hace parte de las nuevas tendencias turísticas que buscan el conocer y disfrutar de los recursos naturales de un área del planeta. Dichas tendencias aparte de que representan una oportunidad de negocio en el sector turístico, sus impactos en el medio ambiente en un territorio determinado serian fundamentales, ya que ayudarían en el desarrollo de planes de conservación y protección, adicional a esto se convertirían en un factor económico importante para las diversas comunidades agrícolas y campesinas habitan el territorio.

La preservación de los ecosistemas y la biodiversidad aún están en batalla ante las nuevas técnicas de aprovechamiento de los recursos en los territorios, las cuales generan impactos irreversibles, no solo hacia la naturaleza sino hacia las comunidades asentadas en dichas zonas. Pero qué futuro nos aguarda cuando nos hemos caracterizado por ser una especie que olvida con facilidad sus errores, y parece que estamos condenados a repetirlos una y otra vez. "Vivimos en una época peligrosa el ser humano ha aprendido a dominar la naturaleza sin aprender a dominarse el mismo" Albert Schweitzer". El dominar nuestros más egoístas deseos carece de lógica cuando cada día nos olvidamos más de dónde venimos, hemos olvidado nuestras raíces y hemos abrazado el olvido de lo que realmente nos hace únicos. Nuestro pasado encarna la esencia de lo que somos, de dónde venimos y hacia donde iremos. Los valores de nuestros ancestros definieron el alma de la nación la moral y el amor hacia esta tierra que lleva la sangre y los recuerdos de años de lucha y sacrificio.

Como una forma de rescatar los valores de nuestro pasado rural campesino el cual hace parte de las bases de este país y que aún son pieza fundamental en el desarrollo económico y social de Colombia. El Hotel Campestre La Guayabera quiere hacer parte de la nueva propuesta Eco-turística llevando un mensaje de reconciliación entre el ser humano, su pasado y la naturaleza, demostrando que una existencia simple y conectada con la madre tierra, son la clave para la

conservación y preservación de nuestros recursos naturales, así como nuestro patrimonio cultural el cual ahora más que nunca debe de ser protegido y preservado a partir de la divulgación y la vinculación del hombre hacia un pasado que no se ha perdido solo se ha olvidado por unos pocos.

El Hotel campestre "La Guayabera" proveerá una experiencia única en un bello ambiente rural campestre con prácticas que buscan rescatar los valores campesinos y naturales de la zona, fomentando el aprovechamiento de nuestros ecosistemas bajo un alto grado de responsabilidad social-ambiental y recreativo.

4. MARCO TEORICO

4.1. Plan de Negocio

El plan de negocio o plan de empresa es un documento donde quien desea emprender una aventura empresarial detalla la información acerca de su proyecto. Es un guion, o memoria en sentido amplio, que sirve como base y punto de partida de todo desarrollo empresarial. Creado por el propio emprendedor, este documento plasma sus ideas y la forma de llevarlas a cabo. Constan asimismo los objetivos y las estrategias que piensa desarrollar la empresa, negocio o iniciativa empresarial.

Consecuentemente, el plan de negocio puede considerarse una herramienta de reflexión, donde se analizan teóricamente una serie de características del proyecto empresarial -antes de encontrarnos con la realidad de nuestra aventura- que puede que no se adapten a los principios teóricos que elaboramos en un principio. Disponer de este estudio preliminar nos permitirá solucionar todas las eventualidades que tenga que afrontar nuestro negocio.

El plan de negocio sirve para poner claramente por escrito los distintos aspectos del negocio y discutirlos de forma objetiva, abordando todos los temas que puedan tener posteriormente mayor dificultad o requerir un mayor análisis, como, por ejemplo, qué responsabilidad vamos a asumir, qué gastos son necesarios realizar, qué beneficio podemos conseguir, qué compromisos adquiere cada socio en la sociedad. También el plan de negocio puede ser considerado una herramienta de marketing. No todo emprendedor posee todos los recursos necesarios para comenzar su aventura empresarial; debe buscar financiación externa, ayudas tanto públicas como privadas. El plan de negocio nos servirá de presentación para obtener estos medios de financiación. Los posibles inversores o entidades que concedan préstamos necesitarán saber cómo vamos a solucionar todos los aspectos de nuestro negocio, qué viabilidad presentan y bajo qué perspectivas se afrontarán.

De esta forma, un plan coherente y serio demuestra que el emprendedor está capacitado para sacar el proyecto adelante y desarrollarlo. Los usos del plan de negocio son:

A) Internos:

El propio promotor empresarial es el primer interesado, ya que a través de este documento tiene una herramienta de planificación de su proyecto, así como un elemento de marketing propio. El plan de negocio permite, a nivel interno, identificar tanto los puntos fuertes como débiles de la empresa; posibilita evaluar su marcha y sus desviaciones sobre el escenario previsto y es una valiosa fuente de información para realizar presupuestos e informes.

B) Externos:

Ante bancos, organismos institucionales y otro tipo de entidades privadas. El plan de negocio sirve como tarjeta de presentación del proyecto empresarial. Supone la primera vía de contacto a la hora de recabar cualquier tipo de colaboración, ayuda, apoyo financiero y/o búsqueda de nuevos accionistas, colaboradores o inversores. Podemos resumir diciendo que la utilidad del plan de negocio está en que:

- 1) Obliga a los promotores del proyecto a reflexionar internamente sobre las posibilidades de éxito y la viabilidad con unos mínimos de coherencia, eficacia y rigor. Además, servirá para aclarar a todos los posibles promotores del proyecto los objetivos y estrategias y determinar las distintas responsabilidades.
- 2) También es una carta de presentación del proyecto frente a terceras personas; ayuda a encontrar socios, posibles proveedores.

- 3) Además, servirá como referencia de la acción futura en nuestra empresa y como instrumento de medida de los rendimientos obtenidos.

El plan de negocio debe prepararse por todos los socios o promotores del proyecto, garantizando de esta forma la implicación de todas las personas que van a intervenir en el análisis previo del mismo.

El plan de negocio debe desarrollarse en un documento escrito con formato sencillo, debido a que principalmente va dirigido al propio emprendedor. Si posteriormente fuese necesario presentarlo a terceras personas se podría pensar en utilizar presentaciones multimedia que lo hacen más atractivo. En un primer momento debe ser considerado en su presentación como un documento interno de la empresa. Todos los modelos de planes de empresa suelen establecer un orden cronológico o índice de los aspectos del negocio a tratar. Cada empresa posee su propia personalidad y puede organizarse de formas diferentes, aunque existen una serie de elementos y reglas que son comunes. La mayoría de los planes de empresa contienen las siguientes secciones:

Presentación de la empresa o resumen del proyecto. Breve presentación que destaque los componentes más relevantes del proyecto

Presentación de los promotores. Se trata de dar a conocer al interesado o interesados en crear la empresa. Una explicación, a modo de currículum de quién es cada uno de los empresarios, a qué se dedican, o cuál es su experiencia y sus conocimientos. Permite, a quien lea el proyecto hacerse una idea de los méritos y aptitudes de los promotores.

Descripción del producto, qué se va a vender. Si se trata de un producto, explicarlo que es: si ya es conocido, si no lo es y se trata de algo nuevo, qué posibilidades reales ofrece.

Plan de marketing. Es imprescindible realizar un estudio del sector en el que la empresa se va a mover para dilucidar una estrategia de lanzamiento que le permita

conseguir suficiente cuota de mercado, es decir, los clientes necesarios para rentabilizar el trabajo. Además, habrá que pensar una estrategia comercial o plan de marketing diferente de la utilizada por los demás. Tiene que existir algo (publicidad, precios, atención a los clientes) que distinga a nuestra empresa de otras del sector y la haga más atractiva para compradores o usuarios.

Plan de producción y calidad. Es el plan de puesta en marcha de la empresa que acompaña a la idea, cómo llevar a cabo el negocio para obtener beneficio. Prevé los pasos que se van a dar hasta que el negocio funcione a pleno rendimiento y el tiempo que se necesitará para ello.

Área jurídica fiscal. Es necesario explicar qué tipo de empresa se va a construir, desde el punto de vista jurídico y de organización. Así, se hará mención al carácter de la empresa (sociedad anónima, limitada, empresario individual, etc...) y también se detallará su organigrama interno, los posibles departamentos y áreas diferenciadas, y las funciones de cada una.

Estudio económico financiero. Es el estudio que refleja la estimación del resultado de explotación de la empresa, así como el origen de sus recursos (propios y ajenos). Se trata de estudiar “a priori”: por un lado, la rentabilidad económica del proyecto (si genera por sí mismo los recursos necesarios que le permitan desarrollar su actividad en el futuro); por otro, la rentabilidad financiera (si la plusvalía que genera la inversión compensa el esfuerzo realizado).

4.2. Introducción al Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.⁶

4.3. Análisis económico del Turismo

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la ‘contribución económica’ del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST, y el ‘impacto económico’ del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos.

La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber, el incremento neto de la riqueza de los residentes

⁶ CORPORACIÓN VENTURES. Manual para la elaboración de planes de negocios. [En línea]. Colombia, 2010. [Citado 23-Abril-2017]. Disponible en internet: <https://ticamericas.net/Download/bootcamp/ManualdePlanesNegociosMCITVentures.pdf>

dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad.

4.4. Breve historia del Turismo

El hombre viaja desde su aparición en la Tierra por necesidad. Es muy probable que las poblaciones nómadas hayan aparecido antes que las sedentarias, lo que demuestra que la necesidad de moverse es una característica humana. En el caso de los nómadas la movilidad territorial es un aspecto esencial de la identidad. Lo mismo se puede decir de marineros y mercantes que viajaban, y aún lo hacen, "por trabajo".

Fundamental en la historia del viaje es la figura del peregrino. El peregrinaje, debido a su carácter de fenómeno de masas, periódico y organizado, ha sido considerado el antecedente del viaje moderno. El peregrino se mueve por rutas preestablecidas y descansa en lugares adecuados para ello, igual que el turista moderno viaja en grupos y duerme en hoteles. Sólo en tiempos más reciente se empieza a viajar "por diversión". Los inicios de este turismo se encuentran en la experiencia del Grand⁷Tour: a partir del siglo XVIII, los hijos de la nobleza inglesa viajaban durante meses por las diferentes capitales europeas como colofón a su formación.

En este mismo periodo surgen los balnearios y se ponen de moda las localidades de veraneo en la montaña y al mar. En 1841 Thomas Cook comenzó a vender pasajes de tren entre Leicester y Loughborough, por los que se le considera el primer organizador de viajes turísticos; en 1855 ya organizaba viajes "todo incluido" a la Exposición de París.

Pero en aquella época el turismo era una experiencia limitada a pocas personas. Es en los años entre las dos guerras mundiales, y especialmente tras la segunda, cuando se gesta y desarrolla el fenómeno del turismo de masas. Con el boom económico, el turismo al extranjero toma grandes proporciones. Los primeros en

⁷ IBID

⁷ IBID

participar en este tipo de vacaciones son los norteamericanos, los europeos en los años '60 y, poco más tarde, los canadienses, japoneses y australianos. En los años '80 empiezan a viajar también las minorías acaudaladas de la India, Brasil, México, Sudáfrica, etc.

Tres han sido los aceleradores fundamentales que han transformado el turismo en una industria:

- La curiosidad hacia otros lugares y otras culturas
- La evolución de los medios de transportes, que han reducido las distancias
- Las vacaciones pagadas

El verdadero detonador de la revolución turística ha sido la clase trabajadora de los países industrializados, que en los años '80 empezó a disfrutar de "paraísos" lejanos. En el Sur, por el contrario, el fenómeno turístico es todavía insignificante: África y Asia Meridional, por ejemplo, no reciben ni producen flujos turísticos relevantes.

4.5. Colombia Ambiental

En los últimos años la calidad ambiental en Colombia ha desmejorado a un ritmo constante y sin precedentes, lo cual ha llevado a una crisis ambiental caracterizada por una alta deforestación, contaminación hídrica y alteraciones del ecosistema. La calidad del aire en grandes ciudades como Bogotá, Barranquilla, Cali, Medellín y ciudades intermedias como Sogamoso, superan los niveles aceptados de contaminación. La contaminación hídrica en el país es causada principalmente por los residuos domésticos, las actividades agropecuarias, los residuos industriales, las actividades mineras, el inadecuado manejo de rellenos de basura y de lixiviados. A esto se le suma el inadecuado manejo de los residuos hospitalarios.

El gobierno y el sector industrial de Colombia han abogado e implementado monocultivos, que generan daño a la fertilidad de los suelos, como el caso de la palma africana para la generación de biocombustibles. Las implicaciones ambientales de algunos monocultivos causan el deterioro acelerado de los suelos.

El uso intensivo de agroquímicos, que implica daños al medio ambiente, especialmente en regiones selváticas. Los cultivos de palma africana, se encuentran localizados en regiones selváticas del Pacífico colombiano, uno de los lugares con mayor biodiversidad en el mundo. La creación de carreteras y grandes obras de infraestructura han causado un impacto ambiental considerable en Colombia. Por otra parte, el gobierno busca abrir paso al desarrollo, y además disminuye las selvas que dan ventaja táctica a las guerrillas y demás grupos ilegales.

Los grupos guerrilleros como las FARC y ELN, adoptaron políticas de destrucción de la infraestructura económica que sirve al gobierno y a los intereses de multinacionales. Desde 1984, la destrucción de oleoductos petroleros es la táctica que más han utilizado las guerrillas. Dichos derrames de petróleo han causado la contaminación de suelos, cuencas hidrográficas y el deteriorado de diversos ecosistemas.⁸

Los grupos armados ilegales envueltos en el negocio del narcotráfico como las FARC, ELN y AUC han promovido la expansión de cultivos ilícitos, lo que genera mayor destrucción de selva o bosque virgen para dar paso al cultivo ilícito.

⁸ EL UNIVERSAL. Colombia se perfila como joya emergente del turismo [En línea]. Bogotá 22 de Julio de 2017 [Citado 8 - Septiembre -2017]. Disponible en internet: <http://www.eluniversal.com.co/colombia/colombia-se-perfila-como-joya-emergente-del-turismo-258317>

4.5.1. Factores de Amenaza

En Colombia los factores que causan deterioro ambiental son variados, pero se pueden agrupar en dos grandes grupos:

Libre acceso a los recursos naturales: Existen diversas actividades que no posee una vigilancia o acompañamiento del estado colombiano y han provocado graves problemas ambientales, como son: la minería ilegal, la tala de bosques ilegal y las actividades relacionadas con el narcotráfico.

Falta de inversión estatal: En Colombia la inversión estatal y el acompañamiento en algunos temas ambientales, es casi nulo. La falta de inversión por parte del estado en el tratamiento de aguas residuales domésticas es poco. El manejo de basuras y el aprovechamiento de la misma son reducidas a lo largo del país. Hay poca investigación en la contaminación y los recursos renovables.

La deforestación en Colombia en el periodo 2000-2007 fue de alrededor de 336 000 hectáreas de bosque al año. La destrucción de los bosques de alta biodiversidad como los encontrados en la zona del Pacífico ha sido causa de la actividad ilegal de la producción de coca. Se estima que desde el 2002 hasta el 2007 la zona sur del Pacífico colombiano perdió un área de 14.322 km² de bosque tropical, un área mayor a la de Jamaica que mide 11.190 km². La zona del Pacífico colombiano hace parte de Chocó biogeográfico, una de las zonas más megadiversas y lluviosas del planeta. En el Chocó existe el mayor porcentaje de endemismo del mundo para un área continental, incluso para las aves; pero muchas especies endémicas están en peligro de extinción. Por otra parte, la minería ilegal que afecta a 17 departamentos en Colombia, ha causado considerables daños ambientales. La minería ilegal en Colombia ejerce presión sobre la diversidad biológica y es una de las principales amenazas sobre los ecosistemas en el país. En cuanto a la protección de los mares, Colombia protege el 2% de ellos, cuando los acuerdos de diversidad biológica exigen el 10%.

De acuerdo con el Banco Mundial, Colombia tiene un enorme potencial de desarrollar proyectos ambientales sostenibles que impacten los recursos hídricos, las áreas forestales y la biodiversidad. A su vez, con capacidad de ejercer cambios sociales en la alimentación, la salud, la habitabilidad y el trabajo de las poblaciones a través de iniciativas y propuestas que han sido probadas en el mundo, a favor del bienestar del medio ambiente. Según Pauli, G. Las problemáticas ambientales son una oportunidad para ejercer cambios relevantes en la manera de habitar y formar sociedad.

4.5.2. Colombia Rural

Colombia es más rural de lo que se cree, pero cuenta hoy con más hectáreas en minería que en producción de alimentos. El gobierno firma tratados y asociaciones de libre comercio y crea incentivos para el empresariado agroindustrial pero, con honrosas excepciones, el desempeño productivo agropecuario deja mucho que desear. Entre tanto, sectores de pequeños y medianos campesinos esperan del Estado medidas de más envergadura para evitar que sus economías desaparezcan o queden reducidas apenas a medios de sobrevivencia. Viejos y nuevos indicadores socioeconómicos confirman la mayor vulnerabilidad de los pobladores rurales, pero la institucionalidad estatal para atenderlos se ha debilitado o desaparecido y las coberturas en la provisión de bienes y servicios públicos (educación, agua potable, infraestructura, salud, saneamiento básico, asistencia técnica, etcétera) no se comparan con el peso de las estrategias y programas de subsidios sectoriales que en la práctica benefician a quienes tienen más capacidades y recursos.

Colombia entró a la modernización sin haber resuelto el problema agrario, porque siempre pensó que el país era más urbano que rural. Construyó un modelo de desarrollo que conlleva al fracaso del mundo rural, rindiéndole más culto al mercado que al Estado, lo cual amplió las brechas entre lo urbano y lo rural. Y preservó su orden social injusto, que no ha cambiado por falta de decisiones políticas y de una visión de largo alcance sobre lo rural y su papel estratégico para el desarrollo. La preservación del orden social rural, con todas sus inequidades y ataduras al

desarrollo, se fundamenta en: (a) una estructura de la tenencia de la tierra convertida en un inamovible para la política pública, (b) una jerarquización social que coarta la movilidad de las personas en la estructura de la sociedad, y (c) una hegemonía política tradicional que restringe las elecciones libres, limpias y competitivas y que no hace un reconocimiento político del campesinado. El modelo de desarrollo rural construido es altamente inequitativo y excluyente, propicia innumerables conflictos rurales, no reconoce las diferencias entre los actores sociales, y conduce a un uso inadecuado y a la destrucción de los recursos naturales. Acentúa la vulnerabilidad de los municipios más rurales en relación con los más urbanos, y no permite que se genere la convergencia entre lo rural y lo urbano. Además, se ha fundamentado en una precaria y deteriorada institucionalidad pública que le abre más espacios a la actuación de las fuerzas del mercado en una sociedad llena de desequilibrios e inequidades.

La ocupación productiva del territorio y los procesos de poblamiento indican serias ineficiencias sociales, productivas e institucionales. La falta de un ordenamiento del territorio ha facilitado la persistencia de conflictos en el uso de los recursos y entre los diferentes actores, tanto de quienes invierten para reproducir el capital, como de los que tienen las actividades agropecuarias como un modo de vida, y las comunidades que conciben el territorio más allá de su utilización económica. El Estado poco se ha hecho presente para ordenar el uso del territorio, regular los asentamientos humanos y emprender programas de desarrollo rural que ayuden a estabilizar las sociedades campesinas que por la lógica de su sobrevivencia, se adentran sin límites ni control, más allá de la frontera agropecuaria.⁹

⁹ IBID

4.6. El Turismo en Colombia

Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo con paisajes que van desde las playas del Caribe a las costas del pacífico pasando por páramos, desiertos y selvas en un territorio que cuenta también con ciudades históricas, un patrimonio que comienza a perfilarlo como una joya turística tras el fin del conflicto con las Farc.

Las cifras así lo indican. En el primer semestre de este año el número de viajeros internacionales creció un 46,3 % en comparación con el mismo período de 2016.

Para que el crecimiento continúe el país también debe atraer turistas de grandes emisores de viajeros, como China, Rusia o Japón, pues con la paz ya tiene la materia prima necesaria para convertirse en una joya turística de Suramérica. Entre los retos que debe superar el turismo colombiano está el de romper el estigma: atraer a extranjeros que tienen una imagen del país muy marcada por el pasado de narcotráfico y conflicto que recuerdan constantemente películas y series de televisión.

Colombia también cuenta con una oferta que incluye selvas, desiertos o ecosistemas de alta montaña al alcance de la mano, lo que atrae a muchos turistas, especialmente de Europa.

El turismo en Colombia es regulado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia es el órgano de Gobierno de la Administración General del Estado encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones. El actual ministerio es el resultado de la fusión, operada en 2002, entre los ministerios de Desarrollo Económico y Comercio Exterior.

Es un eje fundamental en el desarrollo económico colombiano. Entre sus diferentes funciones, también están las de formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país.¹⁰

¹⁰ IBID

4.7. Turismo y su impacto ambiental

El fenómeno de las actividades turísticas se ha constituido en la actualidad como forma prioritaria de apoyo al desarrollo, tanto de las naciones industrializadas como de las que están en vías de desarrollo se conoce así que su fenómeno es esencial, dados sus efectos de beneficio las últimas décadas el turismo en Colombia ha representado una importante fuente generadora de la estructura económica de manera que por ello, se ha acelerado la expansión y grandes obras de infraestructura, equipamiento y servicios en las que se ha intentado aprovechar, los magníficos recursos naturales, escénicos, paisajísticos y ambientales con los que cuenta nuestro territorio, además del magnifico patrimonio cultural que acrecienta el valor turístico nacional con diversificar la oferta de sus atractivos.

Sin embargo, en esta práctica se ha notado una gran deficiencia por parte de los organismos gestores del desarrollo, en lograr un verdadero aprovechamiento integral de los sitios turísticos. Es así que dichos atractivos han sido no solo muchas veces subutilizados, sino incluso degradadas por la intención absurda de reducir los paisajes y sus elementos a la imagen de un patrón estándar de desarrollo preestablecido en condiciones ajenas a nuestra realidad. Es necesario establecer que en relación con el turismo, la naturaleza tiene 3 funciones básicas, que si bien, han sido determinadas en su determinismo individual, no lo han sido en cambio, en el global, y ello ha concluido entonces a que se presente una descoordinación e inadecuación entre los planes y las acciones de ocupación y operación de los desarrollos, porque la normatividad de los primeros no siempre se respeta.

- La naturaleza es la base del atractivo turístico (función escénica – paisajística)
- La naturaleza aporta los recursos que permiten la estructuración del espacio socioeconómico en el que se potencia la rentabilidad del suelo (función de soporte para el emplazamiento).
- La naturaleza es el medio que permite el desarrollo sostenido de la actividad económica (función de soporte para la estabilidad operativa)

El impacto provocado por el desarrollo del turismo, ha generado una gran presión sobre los recursos naturales, debido a que se pretende adecuar los sistemas naturales a un tipo de construcción preestablecido, y no a un diseño particularmente faunísticas y ambientales propias de cada sitio o región. Ello ha generado una situación muy negativa, que degrada progresivamente el recurso natural que sirvió de pivote para los desarrollos y que en el mediano plazo, terminará totalmente con el éxito de la actividad turística y la preservación de la ecología.

4.8. Ecoturismo

La principal diferencia entre turismo y ecoturismo es que este último satisface las necesidades de las zonas ambientales. Mientras que el turismo de masas da poca importancia a su impacto en el ambiente o la cultura del lugar de destino, el ecoturismo aboga por los viajes ambientalmente responsables.

La definición de ecoturismo según la OMT (Organización Mundial del Turismo) hace referencia a su finalidad, principios, elementos que lo integran, sus objetivos y los beneficios que reporta. De acuerdo con esta definición, a continuación destacamos cuáles son los principales fines del ecoturismo:

Fines del ecoturismo: Contribuye a la conservación de los recursos naturales, por cuanto estos son la base de la oferta eco turística, conjuntamente con las manifestaciones culturales locales.

- Resalta la valoración del patrimonio natural y cultural, en vista de ser los recursos naturales y culturales los elementos fundamentales del producto eco turístico. Por lógica, son valorados por los beneficios económicos que proporcionan, mejorando la calidad de vida y perpetuándola en el tiempo y el espacio.

- Induce a la planificación y manejo de los recursos naturales y culturales, genera empleos y beneficios económicos a las poblaciones locales, mejorando la calidad de vida.¹¹
- Promueve la investigación científica, especialmente en lo concerniente a los recursos naturales.
- Integra áreas marginales, tanto silvestres como poblacionales, al desarrollo de la economía nacional.¹²
- Es un importante instrumento para la capacitación y la concientización de las poblaciones marginales y los ecos turistas.
- Estimula a la creación de medianas, pequeñas y micro empresas eco turísticas, contribuyendo a la democratización del dólar turístico.¹³
- Contribuye a la mejoría económica de países tropicales con economías deprimidas.
- Canaliza fondos, donaciones y asistencia técnica para la conservación de los recursos naturales y la mejoría comunitaria.
- Da prestigio y orgullo (imagen) por las políticas conservacionistas desplegadas a favor del ecoturismo.

Turismo de aventura: Es aquel donde el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos.

Además, se hacen salidas o travesías con recorridos largos hacia parques y reservas naturales, las cuales ofrecen atractivos paisajísticos, actividades extremas

¹¹ AREWARO. ECOTURISMO - Turismo ecológico [En línea]. Colombia 2009 [Citado 25 -Agosto -2017]. Disponible en internet: <http://www.ecoturismoarewaro.com/web/es/ecoturismo-turismo-ecologico.html>

¹² POLANCO. Daniela-¿Es el ecoturismo una alternativa al turismo de aventura en el cantón el chaco? [En línea]. Ecuador 2016 [Citado 25-Abril -2018]. Disponible en internet: <http://revistas.ueexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4941/5919>

¹³ DR. CERVANTES JORGE F BORJA- Análisis del impacto ambiental generado por los grandes proyectos turísticos de desarrollo turístico en México [En línea]. Mexico 2009 [Citado 25-Abril -2018]. Disponible en internet: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal3/Procesosambientales/Impactoambiental/13.pdf>

y de aventura, reconocimiento de zonas arqueológicas e identificación de biodiversidad y riqueza socio-cultural.

Dirigido a personas con alguna trayectoria en salidas de campismo, con capacidad física, mentalidad y disposición para la aventura, recorridos largos, convivencia, trabajo colectivo y responsable, que sepa acatar recomendaciones de grupo.

Con base en lo anterior se puede concluir que tanto el ecoturismo como el turismo de aventura están basados en la naturaleza, la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales, procurando reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.

Contribuyendo a su vez con a la protección de las zonas naturales utilizadas como centros de atracción de ecoturismo, generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas, ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales, incrementando la concienciación sobre conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los visitantes.

5. MARCO SITUACIONAL

5.1. Diagnóstico Ambiental del Municipio de Aguadas Caldas

5.1.1. Información general

Aguadas está localizado en el departamento de Caldas. Ocupa una extensión total de 482.7 Km² y se ubica a 126 kilómetros de Manizales. El municipio de Aguadas limita de la siguiente forma:

- Al norte con los municipios antioqueños de la Pintada, Abejorral, y Sonsón,
- Al sur con Pácora y Salamina,
- Al oriente con Sonsón, Salamina y Pensilvania y
- Al occidente con Caramanta y Valparaíso (Antioquia).

Grafica 2. Mapa del casco urbano del municipio de Aguadas Caldas



Fuente: Google Maps

5.1.1.1. Historia

Los primeros habitantes de Aguadas fueron los indios Coy Cuyes los cuales fueron denominados como Indios armados debido al gran armamento elaborado en oro que tenían en su cuerpo cuando se enfrentaron con los españoles conquistadores del territorio. El primero de estos conquistadores fue el Mariscal Jorge Robledo, sin embargo este no formalizó su fundación.

El también conquistador español Sebastián de Belalcázar manifiesta su inconformismo con Robledo, por lo mismo lo persigue y acosa y ordena al capitán Miguel López Muñoz fundar “una villa con el nombre de Santiago de Arma en el año de 1.542 no con el criterio de levantar un pueblo perdurable sino más bien como un fuerte militar desde el cual tratarían de someter las tribus vecinas.”

Santiago de Arma progresa, hasta convertirse en un pueblo importante de la época, gozo de la creación de un cabildo, con la tenencia de un alcalde mayor, un escudo donado por el rey de España, caballeros de espada y golilla, etc. Es por esto que españoles cautivados por prometedor desarrollo, la feracidad de las tierras y los ricos yacimientos auríferos ubican su residencia en el municipio. En el año 1.777 Aguadas en esos entonces Santiago de Arma presenta una crisis debido al agotamiento de las minas, lo deleznable del terreno y mal clima; ante esto, solo queda un humilde caserío, las autoridades en su momento ordenan la reubicación de la villa al valle de San Nicolás el magno de Rio negro, ciudad que empezaba a florecer entonces.

La emigración antioqueña hacia el sur, propicia la necesidad de crear un lugar donde aprovisionarse de víveres y lugares donde los arrieros encontrarán hospedaje, en este escenario nace la Fonda a cargo de la señora Manuela Ocampo y algunos de sus hijos. En esta fonda los colonos encontraban comida y hospedaje y los vecinos de Arma y Norte de Antioquia pasaban la noche para al día siguiente continuar con su viaje.

En esta fonda, en 1808 don José Narciso Leonín de Estrada y Castro encuentran el sitio idóneo para fundar una población, es así como construye un horno para quemar teja y posteriormente en cercanías del actual hospital, levanta una casa que fue llamada “la casa de teja”. Meses más tarde se unen a don Narciso otros personajes que también son considerados fundadores: José Antonio Villegas, José Rafael Trujillo, José Antonio Pérez y José Salvador Isaza. Se repartieron las tierras, se trazó a la ciudad y se declaró fundada con el nombre de “La Aguada”. Posteriormente nueva colonia de Ebégico, nombre que se cambió hacia 1810 a 1812 por el de AGUADAS, por el cual se reconoce en la actualidad.¹⁴

5.1.1.2. División administrativa del municipio

La constitución político administrativa del municipio se conforma de su área cabecera y rural. La cabecera municipal (CM) esta dividió en 145 manzanas, un Corregimiento: Arma con 31 manzanas, 7 caseríos: La Mermita (6 manzanas), El Edén (2 manzanas), San Nicolás (2 manzanas), Alto de Pito (5 manzanas), Alto de la Montaña (4 manzanas), Viboral (4 manzanas) y Pore (3 manzanas).

5.1.1.3. Clima

La composición geográfica de Aguadas permite que exista gran diversidad climática, sus suelos van desde el piso térmico cálido hasta las áreas consideradas como clima de paramo. El promedio de lluvias anuales varían desde los 1500 mm/año hasta los 2500 mm/año.

5.1.1.4. Aspectos poblacionales

El Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)ⁱ deja entrever una calidad de vida aceptable en la mayoría de su población; esto es respaldado por el promedio del NBI departamental el cual es más elevado que el del municipio. Solo el 22,99 por ciento de su población no tiene sus necesidades básicas resueltas y más de la mitad si tiene acceso a los indicadores básicos de calidad de vida.

¹⁴ IBID

Tabla 3. Necesidades Básicas Insatisfechas

MUNICIPIO	NBI		MUNICIPIO	NBI
Manizales	10.03		Norcasia	36.66
Aguadas	22.99		Pacora	24.88
Anserma	19.08		Palestina	25.85
Aranzazu	20.34		Pensilvania	23.61
Belalcazar	28.78		Riosucio	23.82
Chinchina	18.58		Risaralda	24.61
Filadelfia	26.57		Salamina	18.85
La Dorada	25.07		Samaná	32.93
La Merced	25.78		San José	25.23
Manzanares	28.13		Supia	24.30
Marmato	35.99		Victoria	30.66
Marquetalia	26.90		Villamaria	12.50
Marulanda	21.43		Viterbo	20.82
Neira	22.56		Promedio	24.33

Fuente: DANE, Censo General 2005.

La población de la cabecera municipal muestra mayor cubrimiento en sus necesidades básicas resueltas.

Tabla 4. NBI Distribución municipal

VARIABLES	NBI
Población NBI- Cabecera	15.05
Población NBI – Resto	29.21
Población NBI – Total	22.99

Fuente: DANE, Censo General 2005.¹⁵

¹⁵ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUADAS CALDAS. Plan de ordenamiento territorial del municipio de Aguadas Caldas. [En línea]. Aguadas – Colombia, 2009 [Citado 4 -Enero -2017]. Disponible en internet: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos>

El total de la población proyectada para el 2015, de acuerdo con las cifras del DANE, es de 22.081 personas. El 59,14% se encuentra entre los 15 y 59 años de edad.

Tabla 5. Datos Poblacionales

Total población en el municipio 2015	22,081
Población (>15 ó < 59 años) 2015 - potencialmente activa	13,059
Población (<15 ó > 59 años) 2015 - población inactiva	9,234

Fuente: DNP, DANE, Censo General 2005.

La población étnica en el municipio no es representativa, El grupo afrocolombiano representa el 3,13%.

Tabla 6. Población Étnica

AFRO	INDÍGENAS	ROM
3,13%	0,02%	0,00%

Fuente: DANE, Censo General 2005.

5.1.1.5. Potencialidades

Aguadas es la cuna de uno de los iconos artesanales más representativos de Colombia, el sombrero aguadeño hecho con la palma de Iraca es muestra de esto.

16

Es considerado uno de los pueblos más lindos de Caldas, su belleza arquitectónica, reflejado en su centro histórico, sus calles que evocan la cultura cafetera y la época colonial reconocieron la declaración de Bien de Interés Cultural el 28 de septiembre de 2011 para el municipio. Su cultura gastronómica también es atractiva para

¹⁶ IBID

¹⁵ ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUADAS CALDAS. Plan de Desarrollo Aguadas Caldas 2008-2011. [En línea]. Aguadas – Colombia, 2008 [Citado 4 -Enero -2017]. Disponible en internet: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos>

propios y visitantes; los célebres piononos preparados con harina, las brevas, el arequipe y el bocadillo sirven del deleite de todos; asimismo, destacan como eventos de interés cultural y con trascendencia nacional el Festival Nacional del Pasillo Colombiano y la Verbena de la Iraca. Del empuje y la tenacidad de los aguadeños nace el mito del “Putas de Aguadas”, aquel que a nada le teme y que todo lo puede hacer.

Entre los principales atractivos turísticos de Aguadas Caldas se destaca: El Templo de la Inmaculada Concepción, templo de Nuestra Señora de Chiquinquirá, parque de Bolívar, casa de la Cultura - Sede del Museo Nacional del Sombrero, cerro de Monserrate, pueblito Viejo en el Alto de la Virgen, parque Los Fundadores y Parque de la Confraternidad. Es también rescatable toda la cultura cafetera que se respira en el territorio y cada uno de sus habitantes con su amabilidad y los cultivos de café orgánico.

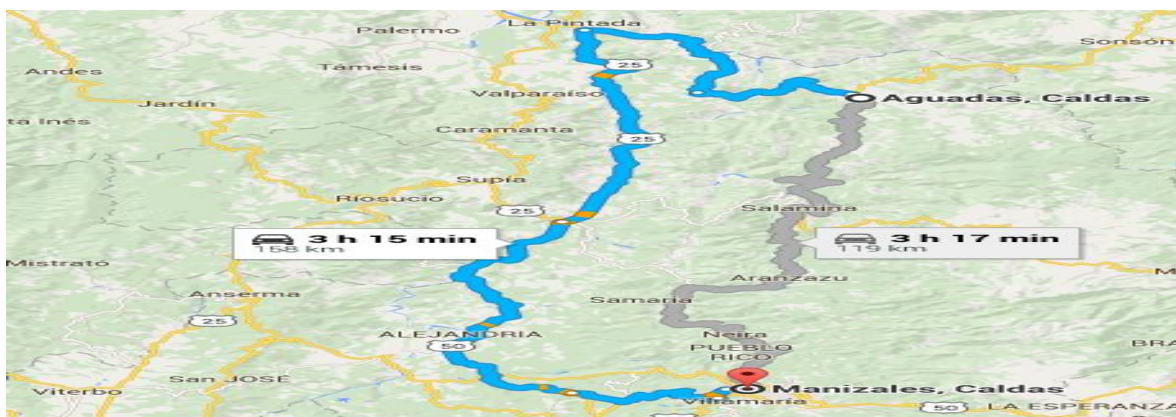
5.1.1.6. Vías de acceso

Para acceder al municipio de Aguadas se dispone de tres rutas:

- La primera es la ruta Manizales – Neira – Aranzazu - Salamina – Pácora – Aguadas.
- Los tramos Manizales – Neira – Aranzazu - Salamina se encuentra en pavimento en buen estado, el tramo Salamina - Pácora en algunas secciones se encuentra en pérdida de la banca y la carretera es destapada, por último el tramo Pácora – Aguadas se encuentra en pavimento en buen estado .
- La segunda ruta es Manizales – La Felisa – Irra - La Pintada – Arma- Aguadas.
- Los tramos Manizales – La Felisa – Irra - La Pintada se encuentra en pavimento en buen estado, el tramo La Pintada – Arma se encuentra en carretera destapada en buen estado, y por último el tramo Arma- Aguadas se encuentra en pavimento en buen estado.
- La tercera ruta es Rionegro- Medellín - La Pintada – Arma- Aguadas.

- Los tramos Rionegro- Medellín - La Pintada se encuentra en pavimento en buen estado, el tramo La Pintada – Arma se encuentra en carretera destapada en buen estado, y por último el tramo Arma- Aguadas se encuentra en pavimento en buen estado.¹⁷

Grafica 3. Mapa de Conectividad y accesibilidad del municipio de Aguadas.



Fuente: Google Maps.

Las tres empresas que operan en Aguadas (transporte Sideral, Autolegal, Transporte Arauca) movilizan un volumen de arribo de 55 pasajeros/día en los viajes realizados entre semana, incrementándose los fines de semana y festivos a 165 pasajeros/día, teniendo en cuenta todas las rutas ofrecidas. La empresa con la mayor flota vehicular es Auto legal, con un total de 24 unidades (busetas), le sigue Transporte sideral con 18 unidades y Transportes Arauca con 9 unidades. La empresa que cuenta con el parque más joven es Autolegal, que tiene parque menor a seis años.

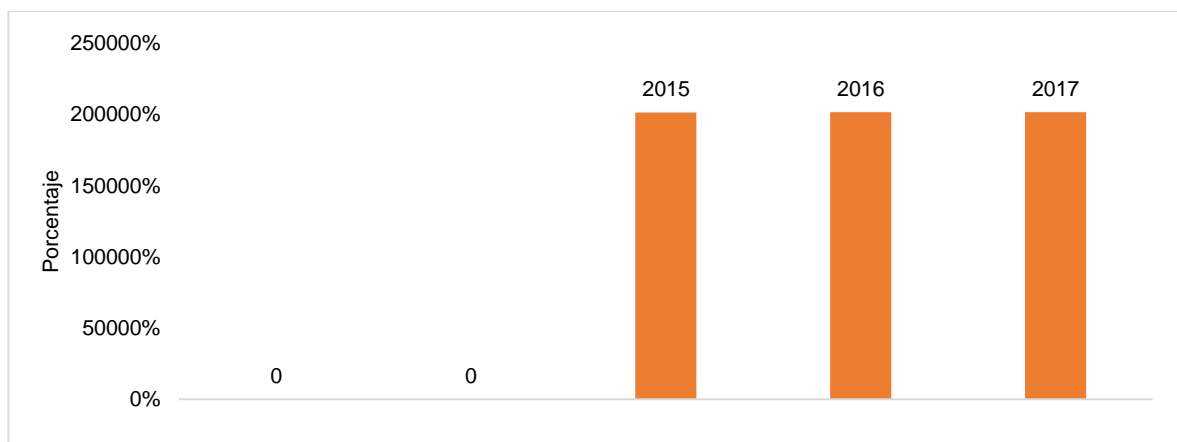
¹⁷ IBID

5.1.2. Infraestructura

5.1.2.1. Cobertura y Calidad

Según con las cifras del DANE, el 96,6% de las viviendas tienen Electricidad, el 76,5% servicio acueducto, 64,7% alcantarillado, 27.4% servicio de telefonía y el 0% tiene conexión a Gas Natural.

Grafica 4. Servicios Públicos.



Fuente: (DANE, 2010)

En la actualidad la administración de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo se encuentra a cargo de EMPOCALDAS S.A E.S.P. El servicio de acueducto se encarga de la capacitación de temáticas relacionadas con la conducción de agua cruda, potabilización del agua captada, distribución del agua tratada, mantenimiento de las redes, labores comerciales de facturación y recaudo. El sistema de acueducto del municipio de Aguadas está compuesto por 4 bocatomas, 4 desarenadores, 4 conducciones, una planta de tratamiento de agua potable y dos tanques de almacenamiento. El sistema funciona por gravedad.

En cuanto al servicio de acueducto, el municipio de Aguadas se abastece principalmente de tres fuentes: La quebrada San José, quebrada la Castrillona, quebrada La Chuchera y en menor cantidad la quebrada Barro Blanco. Se observan riesgos en la Bocatoma sobre la quebrada San José, esto se ve reflejado en el riesgo a sufrir daños por caídas de rocas y avalanchas. A demás se observa un

constante taponamiento de la rejilla a causa de la continua caída de hojarasca en la misma lo que se traduce en una disminución considerable del caudal de salida en este punto. Por demás está en buenas condiciones de funcionamiento.

El servicio de alcantarillado, realiza la labor de recolección y evacuación de las aguas residuales generadas, se tiene instalado un alcantarillado combinado condicional, este sistema recoge las aguas sanitarias del 75% de la población, así como las aguas lluvias. Se tienen instalados aproximadamente 2.700 a 3.000 metros de tubería de diferentes materiales como hierro galvanizado para los tramos más antiguos y de PVC para la tubería más reciente, la cual se ha instalado debido a los daños o desgaste que se presenta con los tramos de tubería de hierro. (Gobernación De Caldas)

El Servicio Público Domiciliario de Aseo en el municipio de Aguadas y el Centro Poblado de Arma es prestado por la Empresa Regional de Aseo del Norte de Caldas S.A. En promedio se recolectan mensualmente 136 toneladas de residuos distribuidos de la siguiente manera:

- Zona urbana del Municipio y sector Pore: 121 toneladas
- Zona urbana del Corregimiento de Arma: 15 toneladas

En cuanto al servicio eléctrico , Aguadas hace parte del área de influencias de Hidroeléctricas del Río Arma S.A.S. E.S.P. (la “Compañía” o “Hidroarma”) es una compañía de propósito especial que está desarrollando los proyectos Encimadas y Cañaveral, dos plantas hidroeléctricas a filo de agua y sus instalaciones asociadas(“Encimadas y Cañaveral” o el “Proyecto”). Se anticipa que los proyectos tendrán una capacidad instalada combinada de 174 MW. (Alcaldía de Aguadas)

Tabla 7. Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud en Aguadas

ENTIDADES PRESTADORAS DE SALUD (EPS)	INSTITUCIONES PRESTADORAS DE SALUD (IPS)
<p>NUEVA EPS</p> <p>SOS</p> <p>SMETSALUD</p> <p>CAFÉSALUD</p> <p>COSMITET</p>	<p>SALUDEL</p> <p>HOSPITAL SAN JOSÉ</p>

Fuente: (Alcaldía de Aguadas, 2016)¹⁸

¹⁸ DANE. Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento de Caldas [En línea]. Colombia 2008 [Citado 16 - Agosto -2017]. Disponible en internet: https://www.dane.gov.co/files/icer/2008/caldas_icer_I_sem_08.pdf

5.2. Perfil Ambiental del predio - Finca "La Guayabera"

5.2.1. Localización

La finca "La Guayabera" se encuentra ubicada en el paraje de (vereda) Tarcara del municipio de aguadas, en el departamento de caldas, comprendida en un área total de 784 Ha a una altura de 2665 m.s.n.m con coordenadas de localización 5°33'32.51" N, 75°21'19.23.

5.2.2. Temperatura

La temperatura media anual es de 18° C y hacia la parte nororiental en límites con el Municipio de Aguadas el promedio de temperatura es de 20° C.

5.2.3. Precipitación

La precipitación varía entre los 2600 y los 3200 mm anuales aproximadamente con una distribución bimodal en el año en toda el área del municipio. Existe un régimen de meses poco lluviosos cálidos y soleados y otro de meses lluviosos más nublados y fríos, presentando máximos en abril mayo y octubre - noviembre, siendo estos últimos los más lluviosos.

5.2.4. Componente biótico

5.2.4.1. Zona de vida

Bosque muy húmedo montañoso (bmh-PM)

5.2.4.2. Fauna

En la zona existen muchas especies de aves, como: Carriquíes, Barraqueros, Tucán Esmeralda, Pava Astillera y Mirla Imperial. En cuanto a mamíferos han identificado Perezosos de tres dedos, Martejas, Gurreas, Conejos de monte y zorrillos.¹⁹

5.2.4.3. Flora

En la vereda Tarcara hace parte de los bosques secundarios montañosos que fueron reemplazados por cultivos de Café, Pastos ganaderos, Mora y Lulo. En los

¹⁹ IBID

¹⁷ IBID

fragmentos de bosque se encuentran especies como Guadua, Sauces, Caña brava, Nacedero, Carbonero, Nogal, Balso Blanco, Guamo, Higuerillo, Zurrumbo, Yarumo blanco, Cerezo, arrayán, Encenillo y Siete cueros entre otros.

5.2.5. Componente geológico

5.2.5.1. Rocas Ígneas

Rocas ígneas localizadas hacia el occidente y centro del predio. Sobresalen topográficamente con mayores alturas y fuertes pendientes con respecto a las formaciones rocosas que las circundan.

5.2.5.2. Rocas Metamórficas

Corresponde a los afloramientos de rocas metamórficas localizados al suroccidente alto de la Valencia. El número de estas rocas se encuentra bien definido en algunos sectores como en el alto de la mesa áreas circundantes al afluente Tarcara.

5.2.5.3. Geomorfología

Morfológicamente se caracteriza por presentar una topografía de macizos montañosos que circundan un amplio paisaje de piedemonte.

5.2.5.4. Paisaje de Montaña

Corresponde al relieve montañoso (propiamente la Serranía) de alta pendiente (>50%)n con alturas superiores a los 2600 m.s.n.m; esta topografía mezcla principalmente un cordón con dirección norte-sur en el costado occidental, cuchillas alargadas alineadas con dirección noreste en el sector oriental y cerros al centro de cimas redondeadas o afiladas (altos de La Mesa y la valencia).

Paisaje piedemonte: En la parte baja de la vereda la Tarcara con alturas entre los 1300 y 2400 m.s.n.m. Se caracteriza por ser un relieve amplio suavemente ondulado e inclinado, con lomos abiertos y paralelos.

La finca la Guayabera comprende un tramo de más de 2 Km del Rio Tarcara el cual se ve alimentado desde el occidente por la quebrada EL gallo, el pinar, desde el norte desemboca en rio la quebrada la cuatro esquinas y desde el sur la

quebrada la Guayabera hacia el oriente la quebrada Cristales hace parte del cordón de amortiguamiento superficial del alto la mesa.

5.3. Estudio de riesgo de la Finca “La Guayabera”

5.3.1. Procesos generadores de condiciones de riesgo

Existen diversos factores, procesos y características derivadas por unas causas de fondo, presiones dinámicas que conllevan a una población o comunidad determinada a unas condiciones inseguras. A continuación se realiza una referencia a los factores de amenaza y vulnerabilidades que se han evidenciado ocasionadas por unos procesos Productivos y naturales entre otros, generando condiciones de riesgo para en la zona.

5.3.2. Factores de amenaza

5.3.2.1. Sísmico

Amenaza sísmica regional: es una zona de alta vulnerabilidad sísmica por el tipo de suelos que la conforman y por las fallas geológicas que la atraviesan

5.3.2.2. Fenómenos de remoción en masa

Geomorfológicos: Fuertes pendientes, socavación de orillas debido al uso del suelo que hay en la zona de estudio, causando de esta manera inestabilidad de los terrenos y procesos erosivos. Las altas precipitaciones en altas pendientes conllevan a la generación de movimientos en masa.

5.3.2.3. Hidroclimatológico

Antrópico: intervención de llanura y taludes que conforman los márgenes de las corrientes. Alteración de los causes principales localizados en la zona como los son la quebrada EL Gallo y El Pinar asociados a los vertimientos de residuos sólidos y a la creación artesanal de captaciones de agua.

Vendavales: Gracias a los periodos invernales, aguaceros fuertes o lluvias continuas han sobresaturado el terreno, esto ayudado a la alta pendiente y carencia de obras de confinamiento producen movimientos en masa o erosión hídrica superficial.

Antrópico-tecnológico: Inadecuada disposición de residuos sólidos, genera amenaza por enfermedades, contaminación por lixiviados, entre otros.

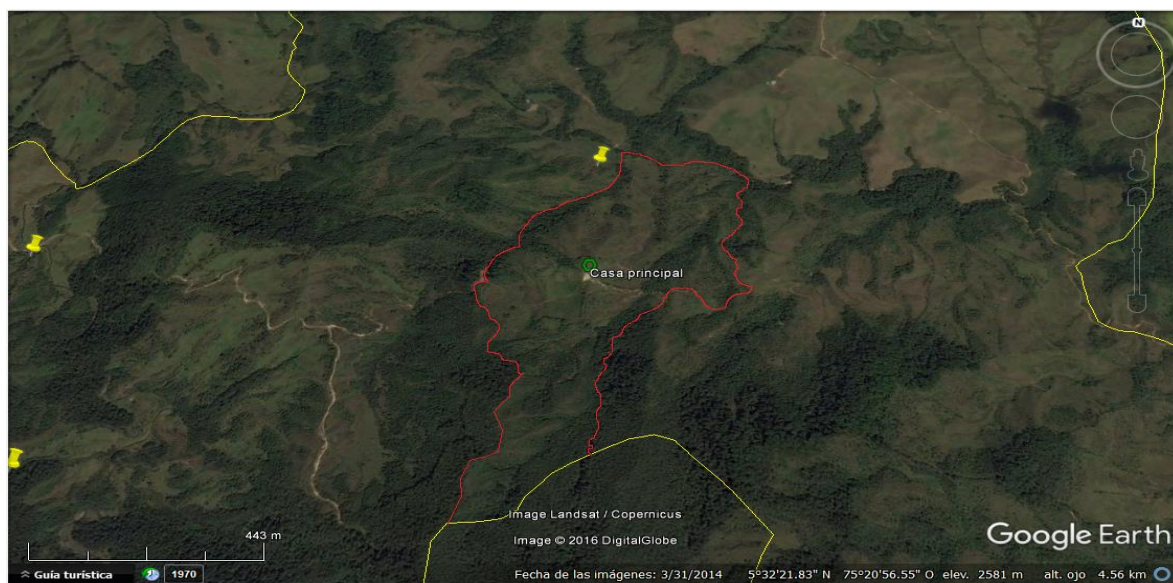
5.3.3. Vulnerabilidades

5.3.3.1. Vulnerabilidad Ecológica

Debido a que el sector presenta intervenciones antrópicas de gran importancia, la vulnerabilidad ecológica es alta ya que las condiciones ambientales de la zona están impactadas por su actividad, el aumento poblacional ha generado ciertos daños en el suelo y en el recurso hídrico, la presión dinámica en esta zona de estudio configuran los escenarios de riesgo ante las amenazas de origen socio natural. La ausencia de las empresas de servicios públicos inciden en la contaminación de los recursos naturales allí presentes.

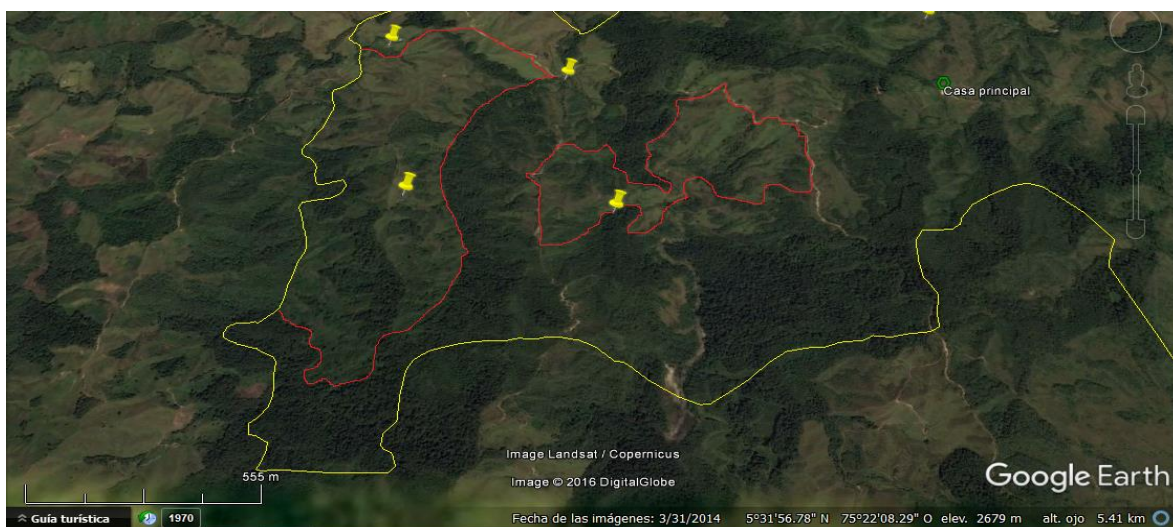
A continuación se ilustrarán las zonas del terreno que presentan mayor índice de deslizamiento o remoción en masa de acuerdo a estudios realizados en la zona.

Grafica 5. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote La Guayabera



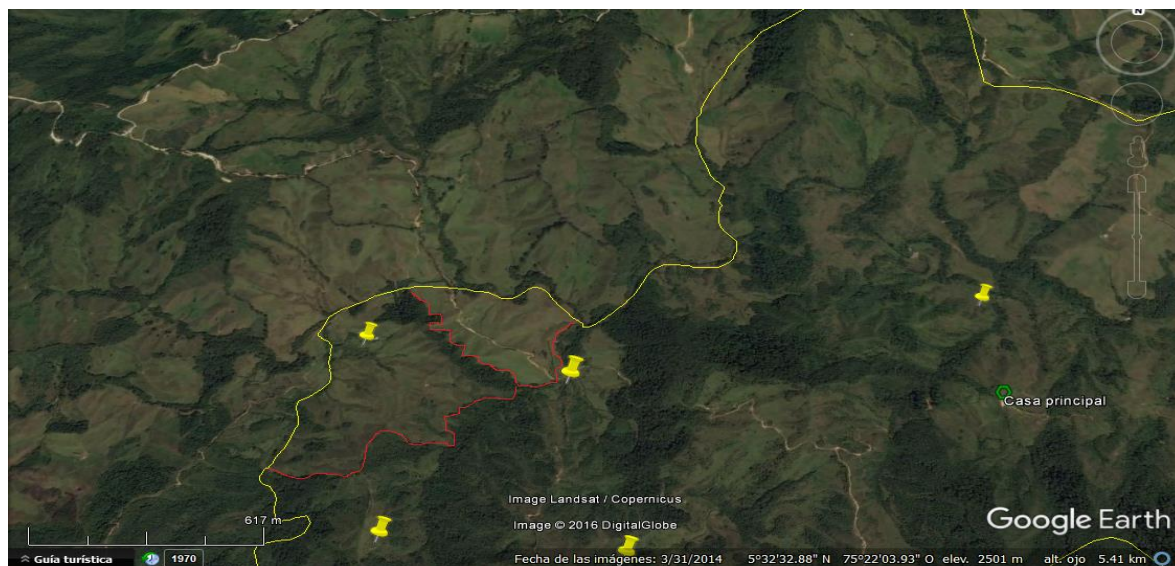
Fuente: Elaborada Por Jaime Fernando Jaramillo Administrador Ambiental-Finca la Guayabera

Grafica 6. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote La Florida-La Guayabera



Fuente: Elaborada Por Jaime Fernando Jaramillo Administrador Ambiental-Finca la Guayabera

Grafica 7. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote La Florida -El Salado



Fuente: Elaborada Por Jaime Fernando Jaramillo Administrador Ambiental-Finca la Guayabera.

Grafica 8. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote El Cedro- La Guayabera - La Mongolia - Cuatro Esquinas



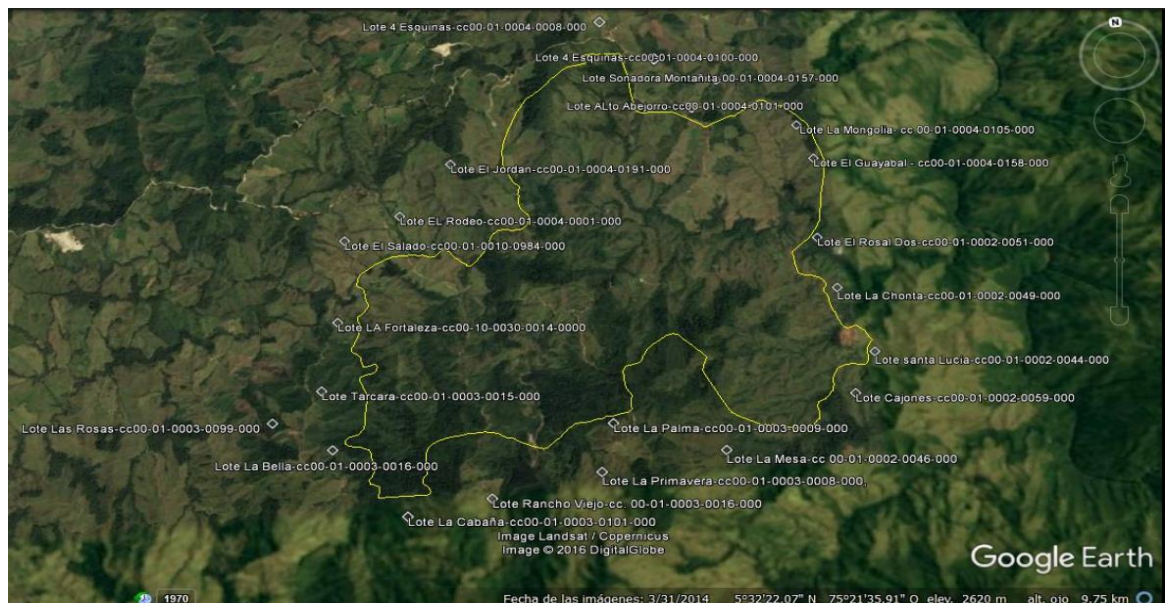
Fuente: Elaborada Por Jaime Fernando Jaramillo Administrador Ambiental-Finca la Guayabera.

Grafica 9. Zona de afectación de remoción en masa ubicada en Lote Playa Rica



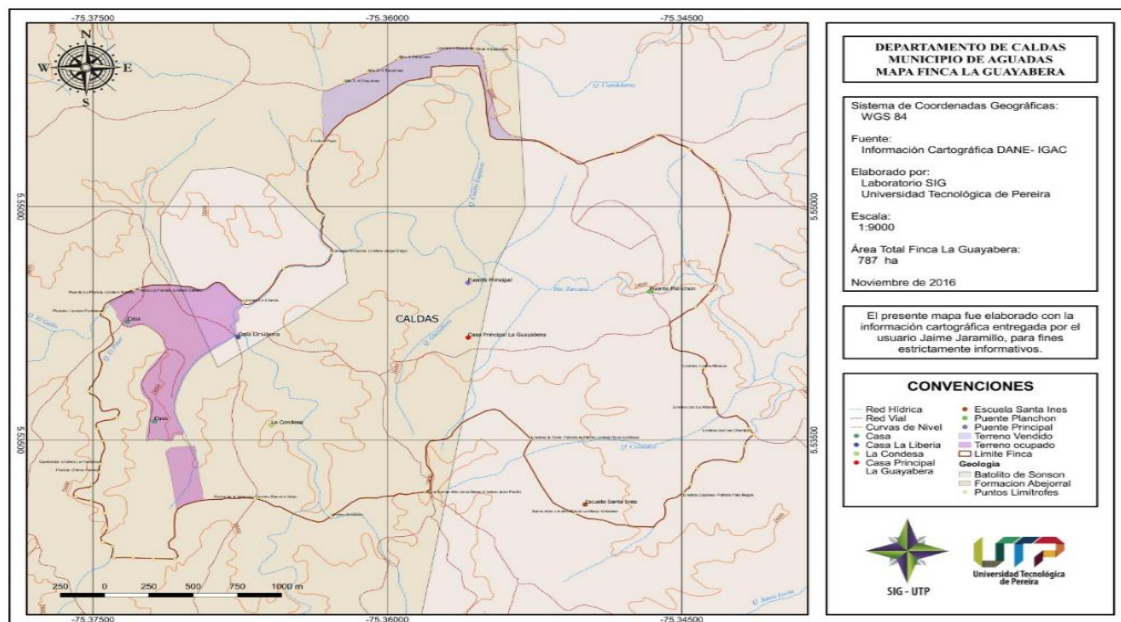
Fuente: Elaborada Por Jaime Fernando Jaramillo Administrador Ambiental-Finca la Guayabera.

Grafica 10. Delimitación de la finca La Guayabera por puntos geo satelitales



Fuente: Elaborada Por Jaime Fernando Jaramillo Administrador Ambiental-Finca la Guayabera.

Grafica 11. Mapa de la Finca La Guayabera referenciada - Curvas de Nivel, Usos de suelo, Geología e infraestructura



Fuente: -Elaborada Por Jaime Fernando Jaramillo Administrador Ambiental Universidad Tecnológica de Pereira-Finca la Guayabera.

6. MARCO LEGAL

6.1. Leyes y estatutos

A continuación se relacionan los instrumentos actuales de planificación (planes, políticas, etc.) desde lo nacional a lo local, y su injerencia en la actividad turística.

- Ley 300 de 1996, o Ley General del Turismo mediante la cual se regula la actividad turística y se define a este sector como esencial para el desarrollo del país, las regiones y entidades territoriales. Para ello, se define que el desarrollo de esta actividad debe estar regida por los principios de concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección al medio ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor y fomento del turismo en el territorio nacional (Ley 300 de 1996, Artículo 1 y 2). Esta Ley ha sido modificada por la ley 1101 de 2006 y la Ley 1558 de 2012.
- Decreto 2131 de 1991. Regula el establecimiento y funcionamiento de las Zonas Francas Industriales de Bienes y de Servicios (Ministerio de Industria y Comercio, 2012), las cuales son áreas geográficas delimitadas del territorio nacional, con el objeto primordial de promover y desarrollar la prestación de servicios en la actividad turística, destinados al turismo receptivo.
- Ley 788 de 2002, por la cual se establecen exenciones del impuesto de renta y complementarios a los servicios hoteleros y al servicio de ecoturismo. El artículo 18 señala lo siguiente: Son rentas exentas las generadas por los siguientes conceptos, con los requisitos y controles que establezca el reglamento: 1. Servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles que se construyan dentro de los quince (15) años siguientes a partir de la vigencia de la presente ley por un término de treinta (30) años. 2. Servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen dentro de los quince (15) años siguientes a la vigencia de la presente ley por un término de treinta (30)

años. 3. Servicio de ecoturismo certificado por el Ministerio del Medio Ambiente o autoridad competente conforme con la reglamentación que para el efecto se expida, por un término de veinte (20) años a partir de la vigencia de la presente ley.

- Ley 1336 de 2009 con la que se adiciona y robustece la Ley 679 de 2001 de lucha contra la explotación, la pornografía y abuso sexual con niños, niñas y adolescentes
- Ley 1185 de 2008. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 – Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones: En específico en el Artículo 11 sobre Régimen Especial de Protección de los Bienes de Interés Cultural sobre los cuales se define que los bienes materiales de interés cultural de propiedad pública y privada estarán sometidos al Régimen Especial de Protección denominado Plan Especial de Manejo y Protección. La declaratoria de un bien como de interés cultural incorporará el Plan Especial de Manejo y Protección -PEMP- cuando se requiera de conformidad con lo definido en esta ley. El PEMP es el instrumento de gestión del patrimonio cultural por medio del cual se establecen las acciones necesarias para garantizar su protección y sostenibilidad en el tiempo.
- Ley 165 de 1994, a través del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Parques Nacionales Naturales de Colombia y del Convenio de Diversidad Biológica, se proveyeron las herramientas necesarias para la protección de áreas específicas delimitadas para la conservación de zonas terrestres y marinas. Establece unos instrumentos de desarrollo de las políticas

²⁰ Dirección General de Turismo DITUR. Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996). [En línea]. Colombia 2015 [Citado 05 - Diciembre -2017]. Disponible en internet: <http://www.redturs.org/documentos/colombia/gobierno/colgn1.pdf>

¹⁸ MINCOMERCIO DE INDUSTRIA Y TURISMO. Normatividad Turismo [En línea]. Colombia 2017 [Citado 05 - Diciembre -2017]. Disponible en internet: http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo

ambientales y económicas, capacitación, información, divulgación e investigación.

- Decreto 2438 de 2010 mediante el cual se dictan disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos.
- Ley 1171 de 2007, por la cual se establecen beneficios a las personas adultas mayores, que con la resolución 4322 de 2011 se brindan descuentos en servicios turísticos para adultos mayores de 62 años clasificados en los niveles I o II del SISBÉN.
- Resolución 004577 del 23 de septiembre de 2009, emanada por el Ministerio de Transporte, modifica parcialmente el Manual de Señalización Vial (Resolución 001050 del 5 de mayo de 2004: Dispositivos para la Regulación del Tránsito en Calles, Carreteras y Ciclorrutas de Colombia) y le adiciona en la señalización vertical, un subcapítulo denominado Capítulo 2E Señales Informativas Turísticas.

Se establece que:

- Los sitios de interés turístico ubicados en vías rurales que por su importancia merezcan ser referenciados mediante señales informativas se indicarán a través de señales elevadas. La autorización de su instalación deberá tener previa evaluación por parte del Viceministerio de Turismo, quien entregará la recomendación al Ente Administrador de la red vial donde se quiere instalar las señales para su evaluación, quienes por su parte evaluarán el proyecto de señalización bajo criterios técnicos viales.

- Los proyectos de señalización turística serán financiados con recursos especiales por el ente público o privado que tienen como función la promoción de actividad turística. (Ministerio de Transporte, 2009)
- Lo anterior hace referencia, a quienes son los encargados de la financiación y la reglamentación para el momento de la implementación.²¹

6.2. Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019

EL plan de desarrollo “Aguadas: Territorio de alegría, convivencia, oportunidad y paz” tiene la finalidad de articular sus componentes con el plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018 “Todos por un nuevo país” que tiene el propósito de construir una Colombia en paz, equitativa y educada. Asimismo, seguir los lineamientos del Plan de Desarrollo Departamental, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el Plan de Ordenamiento Territorial.

En la promoción del turismo y el desarrollo económico en el municipio de Aguadas sí puede crecer con el turismo y el desarrollo económico:

Promover y apoyar las asociaciones y concertar alianzas estratégicas para apoyar el desarrollo empresarial e industrial del municipio y en general las actividades generadoras de empleo.

Promover la capacitación, la apropiación tecnológica avanzada y la asesoría empresarial.

Crear una estrategia turística que posicione como destino turístico y que contribuya con la generación de empleo y el desarrollo económico municipal.

Impulsar el programa fincas temáticas en el tema del Café y otros productos para generar más y mejores ingresos para nuestros campesinos a su vez en Fortalecer y gestionar proyectos para impulsar las actividades turísticas construyendo un

²¹ IBID

¹⁹ IBID

Mirador en Monserrate y ampliación y construcción del Pueblito Paisa convirtiéndose en una zona rosa del municipio.²²

6.3. Normas técnicas sectoriales

Tabla 8. Normas Técnicas Sectoriales en Turismo

ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	TURISMO SOSTENIBLE	GUÍAS DE TURISMO	AGENCIAS DE VIAJE
NTSH 001. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio, 2003.	NTS – TS 001-1. Destinos turísticos - Área turística. Requisitos de sostenibilidad. 2014	NTS – GT 001. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guía de acuerdo con lo requerido por el usuario, 2002.	NTS – AV 001: Reservas en agencias de viajes, 2002.
NTSH 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio, 2003.	NTS – TS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad. 2014	NTS – GT 002. Norma de competencia laboral. Control del desarrollo de los programas según objetivos propuestos. 2002.	NTS – AV 002. Atención al cliente en agencias de viajes, 2014.
NTSH 003. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes, 2003.	NTS – TS 003. Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad 2007.	NTS – GT 003. Norma de competencia laboral. Preparación de las actividades a desarrollar de acuerdo con lo contratado con el usuario, 2002.	NTS – AV 003. Infraestructura en agencias de viaje, 2002.
NTSH 004. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Atención del área de conserjería de acuerdo al manual de procedimientos, 2003.	NTS – TS 004. Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad 2008.	NTS – GT 004. Norma de competencia laboral. Realización de procesos básicos para la prestación del servicio, 2002.	NTS – AV 004. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes, 2003.
NTSH 005. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento, 2003.	NTS – TS 005. Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico. Requisitos de sostenibilidad, 2009	NTS – GT 005. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos, 2003.	NTS – AV 005. Norma de competencia laboral. Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa, 2004.
NTSH 007. Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios, 2005.	NTS – TS 006-1. Sistema de gestión para la sostenibilidad. Organizadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, 2012.	NTS – GT 008. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos, 2004.	NTS – AV 007. Norma de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes, 2014.
NTSH 008 I actualización. Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios, 2011.	NTS – TS 006-2. Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones. Requisitos de sostenibilidad, 2012.	NTS – GT 008. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos, 2004.	NTS – AV 008. Norma de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes. Bogotá: ICONTEC, 2006.

Fuente: (MINCIT, 2015)

²² IBID

En cuanto a calidad turística se trata, se han establecido Normas Técnicas Sectoriales – NTS las cuales tienen como fin establecer parámetros para el buen funcionamiento de las actividades turísticas de cada región en Colombia.

Tabla 9. Normas Técnicas Sectoriales en Turismo

ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	GUÍAS DE TURISMO	AGENCIAS DE VIAJE
NTSH 009. Apartamentos turísticos, requisitos de planta y servicios, 2008.	NTS – GT 009. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de alta montaña, 2004.	NTS – AV 009. Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor. Requisitos normativos, 2007.
NTSH 0010. Apartahoteles, requisitos de planta y servicios, 2008.	NTS – GT 010. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el pasajeros de cruceros, sujeto a un itinerario de llegada y salida del barco, 2010.	NTS – AV 010. Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura, 2007.
NTSH 0012. Recintos de campamento o camping, requisitos de planta y servicios, 2014.	NTS-GT 011. Norma de competencia laboral. Conducción de Grupos en Recorridos de Cabalgata, 2015.	NTS – AV 011. Requisitos para la operación de actividades de Rapel en turismo de aventura, 2007.

Fuente: (MINCIT, 2015)

En la página oficial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se pueden encontrar agrupadas las normas para el sector, Con el objetivo de aumentar la calidad de la oferta en la prestación del servicio, que buscan atender la demanda turística cada vez más exigente y mejor informada.

Esta certificación brinda confianza a los viajeros en cuanto a las características de la infraestructura y de los servicios en los lugares de alojamiento rural, que se rigen bajo la norma sectorial colombiana NTSH 008 “Alojamientos rurales, requisitos de planta servicios”. Esta norma describe las exigencias en cuanto a infraestructura servicios de estos establecimientos²³

²³ IBID

7. OBJETIVOS

7.1. Objetivo General

Elaboración de un plan de negocios para determinar la viabilidad del Hotel campestre la Guayabera ubicado en el municipio de Aguadas Caldas con el fin de brindar un acercamiento a nuestras raíces campesinas para aquellos que buscan una experiencia alternativa.

7.2. Objetivos Específicos

- Identificar el inventario del patrimonio cultural y ambiental del municipio de Aguadas caldas con fines turísticos.
- Elaboración de un análisis de mercado en torno a la prestación de servicios turísticos alternativos en el municipio de aguadas Caldas.
- Definir las características de funcionamiento del Hotel Campestre la Guayabera.

8. CAPÍTULO I

8.1. ESTUDIO DE MERCADO

8.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

8.2.1. Análisis del sector

Actualmente Colombia goza de reconocimiento mundial como un país que ha sabido llevar la resiliencia en turismo a su punto más alto, por su capacidad de sobreponerse a circunstancias difíciles y adversas. En palabras del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, “Colombia es un país con un futuro maravilloso, que está en el mapa del turismo mundial, donde en los últimos años ha generado grandes inversiones en infraestructura turística, en la calidad de los productos que ofrece y en el desarrollo del capital humano para atender al sector. Estos avances han repercutido positivamente en la economía del país y en mejorar la calidad de vida para comunidades locales.

A continuación se ilustra el sector hotelero y turístico a nivel nacional, allá cual nos brinda una percepción más clara de la oferta hotelera y turística registrada en este país. (Ver Tabla No.10).

Tabla 10. Numero de Prestadores de Servicios Turísticos en Colombia

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
APARTAHOTEL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	85,00	105,00	101,00	160,00	207,00	230,00	227,00	243,00	542,00	742,00	887,00	1.064,00	1.900,00
HOTEL	2.474,00	3.155,00	3.680,00	3.684,00	4.578,00	5.633,00	5.622,00	6.633,00	6.239,00	7.180,00	7.885,00	8.574,00	41.698,00
CENTRO VACACIONAL	16,00	20,00	58,00	27,00	55,00	56,00	70,00	101,00	99,00	128,00	156,00	189,00	502,00
ALBERGUE (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	0,00	1,00	5,00	28,00	44,00	17,00	14,00	23,00	113,00	121,00	128,00	122,00	245,00
REFUGIO (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	0,00	0,00	1,00	3,00	12,00	4,00	3,00	5,00	3,00	7,00	11,00	11,00	31,00
HOSTAL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	15,00	23,00	72,00	91,00	167,00	227,00	301,00	406,00	492,00	634,00	803,00	1.042,00	1.794,00
ALOJAMIENTO RURAL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	345,00	472,00	583,00	693,00	794,00	856,00	892,00	1.108,00	960,00	1.093,00	1.266,00	1.548,00	6.703,00
VIVIENDA TURISTICA	5,00	5,00	14,00	117,00	75,00	243,00	276,00	352,00	628,00	883,00	1.173,00	1.502,00	1.715,00
CAMPAMENTO	0,00	2,00	7,00	23,00	27,00	7,00	11,00	13,00	14,00	22,00	33,00	39,00	104,00
Total General	2.940,00	3.783,00	4.521,00	4.826,00	5.959,00	7.273,00	7.416,00	8.884,00	9.090,00	10.810,00	12.342,00	14.091,00	54.692,00

Fuente: CITUR

En la imagen anterior se ilustra de manera clara el incremento en cuanto a los prestadores de servicios turísticos certificados en el país, que paso de 10810 establecimientos a 14091 en un periodo no mayor a 4 años, esto resalta el crecimiento de la economía colombiana que en los últimos años se ha visto reflejado en las actividades relacionadas con el turismo. La producción del sector de hoteles y restaurantes; las llegadas de viajeros no residentes; los ingresos de la cuenta de viajes de la Balanza de Pagos; la inversión extranjera del sector de comercio, hoteles y restaurantes; y el dinamismo que registra la construcción de hoteles en los últimos años viene presentando importantes crecimientos

Un indicador que registró gran dinamismo en los últimos seis años fue la construcción de hoteles; al segundo trimestre de 2015 han ingresado al mercado 609.703 metros cuadrados de áreas culminadas con destino a hoteles y se encuentran 1.437.151 más en proceso de construcción. Se observa que 2016 fue el año de mayor dinamismo. La competitividad turística adquiere especial relevancia para la sostenibilidad del sector, en los mercados nacionales e internacionales. Según mediciones internacionales –como la ya mencionada del Foro Económico Mundial, FEM, en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo de 2015–²⁴ Colombia obtuvo una calificación de 3.73 lo que representó 0,17 puntos por debajo de la obtenida en 2013 pero presentó una ganancia de diez y seis puestos con relación al mismo año.

Se puede resaltar que el mayor motivo de viaje para los turistas que llegan a Colombia continúa siendo vacaciones, recreo y ocio, en una época en la cual la moda verde ha trascendido fronteras y se ha convertido en tendencia, la cual se ha desarrollado ampliamente en los últimos años (Ver Tabla No.11).

²⁴ CENTRO DE INFORMACION TURISTICA DE COLOMBIA. oferta y demanda de la actividad turística a nivel nacional e internacional. [En línea]. Colombia 2017 [Citado 19 - Abril- 2017]. Disponible en internet: <http://www.citur.gov.co/estadisticas>

Tabla 11. Motivos de Viaje

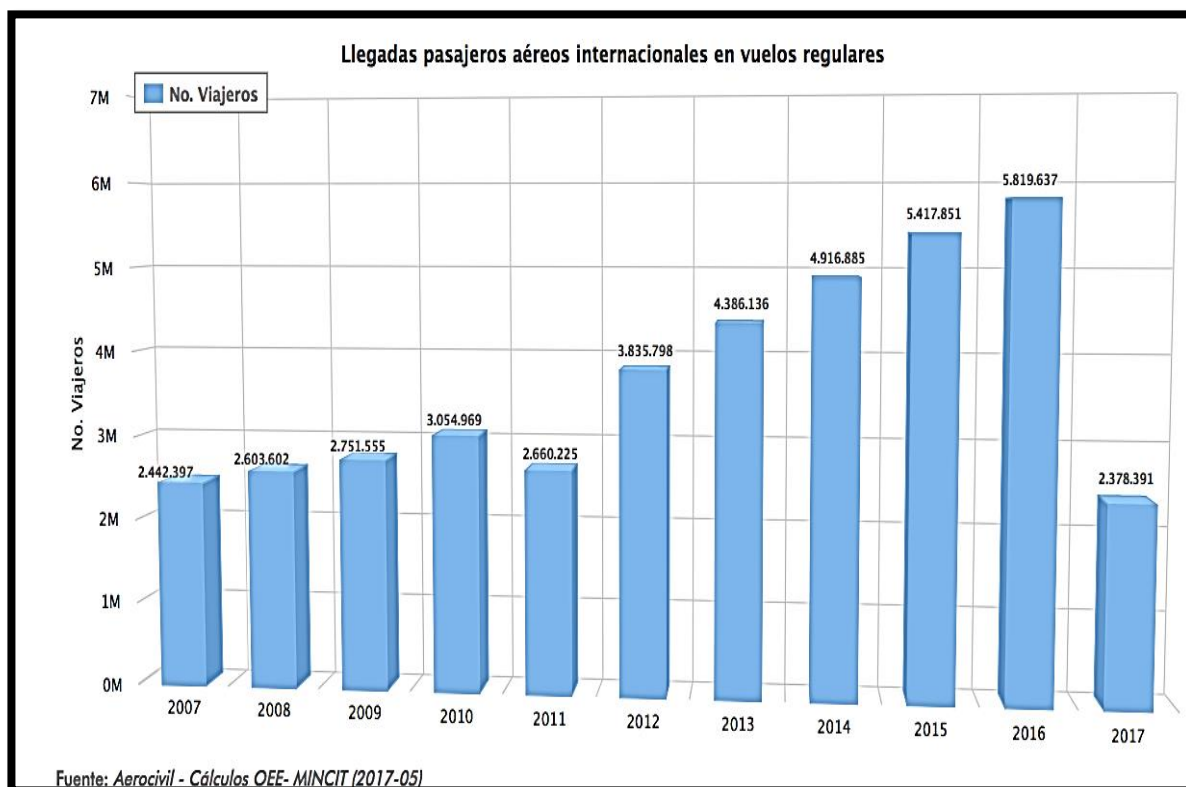
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Educación y formación	0,48	0,60	0,65	1,68	2,47	2,35	2,24	1,79
Negocios y motivos profes...	9,49	12,75	15,91	17,29	21,09	18,10	15,79	14,58
Otros motivos	7,93	7,65	13,95	12,07	6,66	7,96	8,92	6,16
Religión y peregrinación	0,00	0,00	0,00	0,05	0,11	0,08	0,06	0,06
Salud y atención médica	0,25	0,32	0,39	0,34	0,50	0,46	0,55	0,57
Trabajo	8,59	9,58	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tránsito	4,94	4,18	4,27	2,37	0,13	0,37	0,13	0,08
Vacaciones, recreo y ocio	68,31	64,92	64,82	66,19	69,04	70,69	72,30	76,76
Total General	99,99	100,00	99,99	99,99	100,00	100,01	99,99	100,00

Fuente: CITUR

De la cifra total de llegada de visitantes a Colombia, de 2010 a 2016, el 49,68% fueron extranjeros no residentes; 27,48% no residentes por zona de integración fronteriza, 8,94% pasajeros en cruceros y 13,89% colombianos residentes en el exterior.

En 2014 la cifra de llegadas fue de 5.819.637 viajeros lo cual significa un crecimiento de 11,87% en el cual se destaca el incremento en viajeros extranjeros no residentes con el 13,99% de crecimiento.

Grafica 12. Llegada de Pasajeros internacionales en vuelos regulares



Fuente CITUR

En 2016, Colombia registró un incremento en los flujos de llegada de viajeros no residentes superior al promedio mundial. Mientras que en 2015 el promedio de crecimiento en llegadas en el mundo fue de 4,4%, en Colombia fue de 11,87%, es decir, 7,47 puntos porcentuales superior al crecimiento de las economías avanzadas y emergentes. En relación con las debilidades, el factor inseguridad se constituye en la mayor amenaza para la competitividad del turismo en el país. A pesar de las recientes mejoras en algunas zonas del país, las preocupaciones de seguridad para viajar por vía terrestre a Colombia presentan varias desventajas de seguridad y protección, incluido el terrorismo y el crimen y la violencia.

²⁵ IBID

Otras áreas de mejora incluyen la infraestructura terrestre, con una necesidad de más caminos pavimentados, y un aumento en la asignación del presupuesto del gobierno para gastos relacionados con viajes y turismo.

Los costos que generan los actos terroristas y la violencia y el crimen, ubican a Colombia en los últimos lugares de competitividad. Igualmente, el movimiento de divisas, asociadas con el turismo internacional no está creciendo en la misma proporción de la expansión económica del país; de ahí que la apertura del turismo en relación con el PIB lo ubique en el puesto 130 entre los 140 países analizados

8.2.2. Análisis de la competencia

Tabla 12. Prestadores de servicios turísticos en el departamento de caldas

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
APARTAHOTEL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	4	5	5	7	6	8	9	9	12	22	31	34
HOTEL	48	61	70	67	77	92	114	130	131	167	200	219
CENTRO VACACIONAL	0	1	3	1	1	1	0	2	2	1	4	4
ALBERGUE (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	0	0	1	1	2	0	0	0	2	2	2	1
HOSTAL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	0	0	1	3	5	5	7	10	10	22	27	30
ALOJAMIENTO RURAL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)	7	20	20	23	27	30	31	35	26	27	31	45
VIVIENDA TURISTICA	0	0	0	0	2	1	1	2	2	2	3	4
Total General	59	87	100	102	120	137	162	188	185	243	298	337

Fuente CITUR

En la gráfica anterior se logra visualizar el número de prestadores de servicios turísticos hoteleros en el departamento de Caldas, el número más alto se ve

reflejado en Hoteles de zonas urbanas seguido por Alojamiento Rural, siendo esto un indicador del constante crecimiento de la predilección de los turistas en estar rodeados de un ambiente natural cafetero.

Un segundo aspecto es el tema de la legalidad y la formalidad de los mismos. Se presenta que el 73% cuenta con registro en la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas y tan solo el 22% cuenta con el Registro Nacional de Turismo – RNT. Estos datos y, en especial, el segundo, son un tema que el gobierno debe promover y los prestadores de servicios turísticos deben entender la importancia de tener dicho registro. Este sirve como mecanismo de identificación y, al tenerlo, es sinónimo de legalidad, seguridad y calidad en sus servicios.²⁶

En líneas generales los prestadores de servicio turístico en los municipios del departamento de Caldas carecen de la utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones y, esto, se evidencia con los datos que el 91% no usa página web propia, el 43% no tienen correo electrónico y únicamente el 25% usa las redes de sociales como herramienta para promocionar y comercializar sus productos turísticos. Vale la pena resaltar que en los establecimientos de alojamiento y hospedaje, el 84% no pertenece algún gremio o asociación turística y en los establecimientos gastronómicos y bares la cifra sube hasta el 99%. La asociatividad y las alianzas al interior del sector son un pilar para la formación de encadenamientos productivos sectoriales y, sin estos, la sinergia del sector no encontrará la fuerza potencial que demanda.

Por otro lado, existen ciertas debilidades frente a las normas técnicas de infraestructura, gestión y de servicio al cliente que los prestadores de servicios turísticos deben cumplir, para entrar a la normatividad de calidad a nivel nacional e internacional. Por ejemplo, en los establecimientos de alojamiento y hospedaje el 60% no realiza ninguna acción para la fidelización de sus clientes, el 66% no lleva ningún proceso de evaluación y seguimiento del servicios a sus clientes, el 72% no

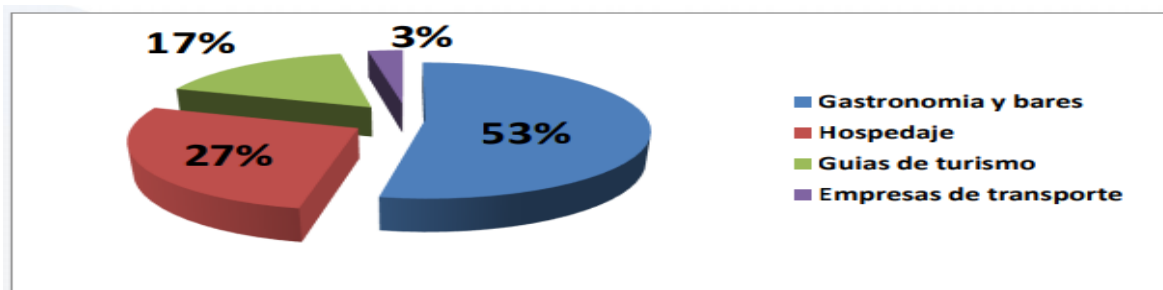
²⁶ IBID

cuenta con un sistema de costos hoteleros, el 92% no posee un Plan de Manejo Ambiental y el 98% no tienen alguna certificación de calidad. Mientras que en los establecimientos gastronómicos y bares el 44% no tiene servicios sanitarios separados por género, el 43% no cuenta con un plan de emergencias, 62% no tiene programas por escrito de desinfección y limpieza y de desechos sólidos y de control de plagas y el 86% no cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales A.R.P.

8.2.3. Análisis de la competencia Local

En este municipio se identificaron un número de 29 prestadores de servicios turísticos, de los cuales, el 53% pertenecen a establecimientos gastronómicos y bares, el 27% a hospedaje, el 17% a guías de turismo y el 3% a empresas de transporte. Tan solo el 17% de los establecimientos posee Registro Nacional de Turismo, los cuales únicamente son los hoteles objeto de encuestas. En cuanto a la utilización de correo electrónico, 16 de los 29 prestadores poseen uno y hacen uso de este con regularidad y cuatro de los 29 no tienen registro en la Cámara de Comercio, 2 de los 29, aseguraron tener registro pero no mostraron evidencia de ello, y casi el 80% del total de prestadores de servicios si tienen el registro actualizado. El sector genera 64 empleos permanentes y 30 temporales con un promedio mensual de ventas de \$95.279.000.

Grafica 13. Prestadores de Servicios Turísticos en el Municipio de Aguadas Caldas



Fuente: Basado del informe levantamiento de información primaria línea base municipio de Aguadas – Proyecto de fortalecimiento del sector turístico del departamento de caldas Paisaje Cultural Cafetero PCC.

En el subsector de establecimientos de alojamiento y hospedaje se encuestaron 8 establecimientos, todos son hoteles y propietarios del establecimiento. El 50%²⁷ cuentan con Registro Nacional de Turismo y ninguno hace parte de algún gremio del sector turismo. En cuanto a los estándares de gestión, infraestructura y servicio al cliente los resultados fueron:

- Solo el 12,5% de los hoteles posee señalización arquitectónica este es el Hotel Colonial de Aguadas.
- Para el 62% de los casos el frente de la edificación se encuentra en buen estado de mantenimiento y aseo.
- La cuarta parte de la población de hoteles del municipio de Aguadas tienen los muebles de las áreas comunes en mal estado de conservación.
- En el 62, 5% de los hospedajes el personal se encuentra uniformado
- Ninguno de los establecimientos tiene procedimientos para la recepción de dinero plástico.
- El 25% de los hoteles no posee procedimientos para la gestión de servicios hoteleros, mientras que la misma proporción tiene el servicio de restaurante para sus huéspedes.
- El 37% tienen reservas y el 11.3% restante tiene mantenimiento y limpieza.

Todos los hoteles cumplen con las normas exigidas en materia de prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes.

La cuarta parte de los establecimientos cuentan con un plan de emergencias, se refiere básicamente a la existencia de un botiquín, extintores y la presencia de alguien capacitado en primeros auxilios.

Uno de los ocho establecimientos cuenta con la señalización requerida por la Aseguradora de Riesgos Profesionales (A.R.P).

²⁷IBID

Ninguno de los establecimientos se encuentra en proceso de obtener alguna certificación, no la tienen y tampoco cuentan con plan de manejo ambiental.

Sólo el 12,5 % de los establecimientos cuenta con computador para el área administración y reservas.

La cuarta parte realiza reservas utilizando como herramienta un libro, mientras que el 75% restante no utiliza ninguna herramienta para realizar este servicio.

Solo uno de los ocho hoteles posee oficinas administrativas.

Tres cuartos de los hoteles disponen de agua potable 5 de los 8 hoteles cuentan en sus habitaciones con cortinas y/o persianas para las ventanas.

Todos los hoteles cuentan con televisores para cada una de las habitaciones con control remoto.

Hay 129 habitaciones en total y 199 camas en el municipio lo que da un promedio de 16 habitaciones por hotel.

En siete de los ocho establecimientos encuestados no existe personal que maneja un segundo idioma.

Uno de los ocho encuestados asegura que su valor agregado es la calidad del servicio “Nuestro hogar, es tu hogar”.

Solo el 26% de los establecimientos ha recibido capacitaciones en el último año, entre estas atención al cliente y formación en turismo. Sin embargo es mucho mayor el porcentaje de hoteles que no han brindado ninguna capacitación a su personal operativo.

El 13% de los hoteles hace uso de la red social Facebook como herramienta de publicidad. En ninguno de los establecimientos se cuenta con el personal con Certificado de Aptitud Profesional del SENA.

La cuarta parte de los establecimientos realiza algún tipo de evaluación y seguimiento del servicio al cliente. Sin embargo, no llevan registro de estos procesos.

El 100% de los establecimientos desean participar en el proyecto de fortalecimiento de la Ruta de la Arriería.

En retrospectiva ya al haber analizado el potencial turístico hotelero del municipio de aguadas, podemos evidenciar las ventajas y desventajas con las que cuentan los prestadores de servicios turísticos hoteleros en el municipio, vale la pena resaltar que en el municipio ningún prestador de servicio turístico está ubicado en una zona rural ni brinda los servicios que el Eco-hotel La guayabera posee en su portafolio de servicios.

8.2.4. Matriz de competitividad

La siguiente tabla comprende los prestadores de servicios turísticos campestres más representativos del departamento de caldas. Esta matriz de análisis toma elementos como la ubicación, número de habitaciones, servicios por habitación, portafolio de servicios y tarifas. A cada ítem se le asigna un valor numero el cual mide la el tipo de servicio presente y a su vez correlaciona las tarifas con el portafolio de servicios y el disfrute evaluando el nivel competitivo entre cada establecimiento.

Siendo 1 a 2.99 Bajo, 3 a 3.4 Medio - Bajo, 3.5 a 3.99 Medio, 4 a 4.4 Medio –Alto, 4.5 a 5 Alto.

Tabla 13. Matriz de competitividad

Hotel	Ubicación	Distancia a Centro Urbano	Puntaje	No de Habitaciones	Puntaje	Servicio por Habitación	Área Social	Puntaje	Portafolio de Servicios	Puntaje	Servicios	Puntaje	\$ Hospedaje/ Persona	\$ Servicios / Persona	Puntaje	Nivel de competitividad
EL RECINTO DEL PENSAMIENTO	KM 11 vía al Magdalena	•10,8 KM de Manizales •60,5KM de Pereira	3	32	4	• DIRECTV TV • Minibar • Cajilla de urgencias • Baño • Teléfono	• 3 salones multifuncionales • Cafetería • Lavandería • Restaurante • Café Juan Valdez	4	• "Coffe tour" • "Reservas hoteleras" • "Limoncillo Food Truck" • "Bebidas saludables" • "Habitaciones temáticas"	5	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet • Servicio de lavandería	5	Habitación estándar: \$152,625	Multimedios de aves \$60,000 • Huerto de Aromas \$30,000 • Senderismo \$16,000	4	4,17
EI RINCON DEL BUHO	Km 2 Vereda El Arenillo - Salida A Pereí, Colombia	•2 KM de Manizales •51,6KM de Pereira	4	21	3	• DIRECTV TV • Minibar • Baño • Telefono	• Restaurantar • Zonas Verdes • Zoológico Rural • Aldea De Jacuzzi • Spa	4	• "Servicio de taxi" • "Reservas hoteleras" • "Limoncillo Food Truck" • "Bebidas saludables" • "Habitaciones temáticas"	5	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	Desde \$440,00/ \$136,000/ Masajes terapéuticos		4	4,17
HACIENDA VENECIA	*Puente de San Peregrino hacia Hacienda Venecia es en el Restaurante "Estadero Las Palmas"	*6,1 KM de Manizales *47 KM de Pereira	3	22	3	• Minibar • Baño • Telefono	• Restaurante • Zonas Verdes	3	• "Coffe tour" • "Miami Farm House Musical" • "COFFEE HOUSE" • "Parque de los Novios Agrotur Termal" • "Asistencia De Aves "Senderismo" • Talleres Artesanales	5	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Coffe tour \$ 50,00 Main Farm House *The Mockingbird \$393,750 *The Motor \$350,000.00 *The Tanager \$300,000.00 *The Peacock \$306,250.00 *The Hummingbird \$306,250.00 *The Robin \$306,250.00 Coffee Lodge *Twin Room \$200,000.00 ANTIGUA *Twin Room BLUE \$200,000.00 *Twin Room SIDAMO \$180,000.00 *Twin Room LUWAK \$200,000.00 Hostal *Bed Dormitory \$30,000.00 * Talleres Artesanales \$ 90,000	5	4,00	
TERMALES DEL RUIZ	(Ubicado en el Parque Nacional Natural de los Nevados)	*18,9 km de Manizales *70 Km de Pereira	3	32	4	• DIRECTV TV • Minibar • Baño • Telefono	• Restaurante • "Bar" • Piscina • Zonas Verdes	4	• "Agua Termales" • "Piscina" • "Asistencia de Aves" • "Senderismo"	4	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	Habitación estándar: \$251,8	Aguas Termales \$60,000	4	3,83
TERMALES DEL OTOÑO	Km. 5 Antigua vía al nevado del Ruiz, Manizales - Caldas	*63 Km de Pereira * 14,4 Km de Manizales	4	60	5	• DIRECTV TV • Minibar • Baño • Telefono	• Restaurante • "Bar" • Zonas Verdes	4	"Ingresa a la zona de aguas termales y las termas y asomarse al río Guila" • "Peripatemas" • "Inodoro" • "Yin Yang" • "Restaurante"	5	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet • "Servicio de lavandería"	5	*SUITE GRANADA SENCILLA \$812,000 *SUITE SUITE GRANADA SENCILLA \$804,120 *PELODE TWIN SENCILLA \$314,000 *SUPERIOR SENCILLA \$259,000	*Termales:\$40 ,000 *Niños :\$15,000	5	4,50
HOTEL CAMPESTRE VILLA BEATRIZ	Palestina Caldas Sector Santiaguéd Entrando por la vía al lado de la Capilla.	*35 Km de Manizales *53 Km de Pereira	2	16	3	• DIRECTV TV • Minibar • Baño • Telefono	• Restaurantar • "Bar" • Zonas Verdes • "Salón De Eventos" • Cancha de Fútbol	4	• "Piscinas" • "Áreas Deportivas" • "Restaurantar" • "Baño Social" • "Conferencia" • "Salón de Reuniones Sociales" • "Jala Cocktails"	5	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Casa de Campo: \$ 390,000 *Casa del Lago: \$ 172,000 *Habitación: \$ 198,000 *Habitación: \$ 179,000 *Habitación: \$ 150,000 *Habitación: \$ 135,000 *Habitación parquetería: \$ 80,000 *Campesio Adulto 2-4 años \$ 12,500 *Campesio infna 4-6 años \$ 22,500 *Pensión Adicional \$ 25,000	*Pasadia Adultos \$15,500 *Niños entre 5 y 13 \$5,500 *Menores de 5 - \$2,000	5	4,17
HOTEL CAMPESTRE LA VIÑA	Sopó, Caldas, diagonal a la Alameda. Cerca de entidades bancarias, templo religioso y la zona comercial	*82 Km de Manizales *100 Km de Pereira	2	16	3	• DIRECTV TV • Minibar • Baño • Telefono	• Restaurantar • "Bar" • Zonas Verdes • "Salón De Eventos" • Cancha de Fútbol • "Piscinas"	4	• "Gama de Femenos" • "Gama de Eventos" • "Gama de Niños" • "Gama de Adultos" • "Gama de Jóvenes" • "Gama de Niños" • "Gama de Adultos" • "Gama de Niños"	5	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Sencillo: \$52,758 *"Casa en el Arbol": \$45,000	Servicios Incluidos en el coste de la habitación	4	3,67
HOTEL CAMPESTRE AVALON	Municipio de Jardín, Km 3 Vía Jardín - Río suito, Caldas	*123 km de Manizales *141 Km de Pereira	2	8	2	• DIRECTV TV • Minibar • Baño • Telefono	• Restaurantar • "Bar" • Zonas Verdes • Salón De Eventos • "Clubsco" • "Hoteles del fuego"	4	• "Ciclo Ruta" • "Prensa Deportiva" • "Senderismo" • "Spa"	3	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Deluxe: \$70,000 *Junior: \$60,000 *Suite \$280,000 * Suite Superior: \$360,000 *Apartamento: \$360,000	Spa:\$60,000-\$110,000	4	3,17
ECOHOTEL JAUNITA	Vereda Curchilla de los Santos, Manizales Caldas	*4 Km de Manizales *54 km de Pereira	4	10	2	• DIRECTV TV • Baño • Telefono	*Restaurante *Zonas Verdes *Piscina	3	*Senderismo *Auilamiento de aves	2	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Habitación Doble Con Baño Privado: \$120,000 *Cabaña: \$140,000 *Suite: \$110,000 *Suite Noctual: \$180,000	Servicios Incluidos en el coste de la habitación	3	3,00
HACIENDA EL CANEY	Vereda La Cañada, 6 km del casco de la ciudad en la cañada La Cañada, entre la finca y la finca de la finca.	*3 Km de Manizales *57 km de Pereira	4	8	2	• DIRECTV TV • Baño • Telefono	*Restaurante *Zonas Verdes *Piscina	3	*Senderismo *Auilamiento de aves	2	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	Habitación: \$80,000-400,000	Servicios Incluidos en el coste de la habitación	2	2,83
LA AMELIA	Via antigua Chocoma, Manizales Finca La Amelia, Edificio 1, Chocoma	*22 Km de Manizales * 30 Km de Pereira	3	9	2	• DIRECTV TV • Baño • Telefono	*Salón social, "Elmosco BBO", Tarifa "Fiesta de baile." *Restaurante	3	de "Novedades al Precio de los Nevados" "Senderismo" • Asistencia de Aves	3	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	Habitación Estándar: \$164,000	Excursión al Parque de los Nevados: \$100,000	3	3,00
HOTEL CURAZAO	Km 3 Vía Chinchiná - Palestina Caldas	*26 Km de Manizales *30 Km de Pereira	3	12	3	• DIRECTV TV • Baño • Telefono	*Salón de eventos y conferencias • Salón de TV • Cancha de multideportes *Restaurante	4	*"Anicel" • "Hidromasaje" • "Zona de Piscinas"	2	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Habitación Estándar Sencilla \$104,000 * "Habitación Especial Sencilla: \$107,000 * "Habitación Especial Sencilla: \$107,000 * "Suite Deluxe: \$108,000 * "Habitación Especial Doble: \$107,000	Servicios Incluidos en el coste de la habitación	4	3,33
ECOHOTEL PALESTINA	Kilómetro 7 vía Chinchiná – Santiaguéd, Palestina, Caldas	*35 Km de Manizales *53 Km de Pereira	2	21	3	• DIRECTV TV • Baño • Telefono	*Salón de eventos *Restaurante • Baño • Piscinas	4	• "Piscina" • "Área de eventos" • "Hidromasaje" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego"	4	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Estándar Grande:\$116,000 *Estándar Pequeno: \$ 96,000 *Habitación Con Jacuzzi: \$116,000 *Cama típica:\$136,000 * Multiples:\$58,000 * Apartamento: \$250,000 *Suite Palma Real -\$160,000	Servicios Incluidos en el coste de la habitación	4	3,67
CENTRO VACACIONAL BABILONIA	Kilómetro 7 vía Chinchiná - Santiaguéd, Palestina, Caldas	*35 Km de Manizales *53 Km de Pereira	2	20	3	• DIRECTV TV • Baño • Telefono	*Salón de eventos *Restaurante • Baño • Piscinas • Barbecue	4	• "Hidromasaje" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego" • "Hoteles del fuego"	5	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Habitación Estándar:\$120,000 *Casa de Habitaciones: \$570,000	*Instalaciones para deportes acuáticos (en el establecimiento) • "Equitación" • Pesca (Precios internos)	4	3,67
ECOHOTEL TURPAZ	VEREDA SAMARA FCA EL OSMANTO, Samara, Caldas	*180 km de Manizales *23Km de Pereira	1	25	3	• DIRECTV TV • Baño • Telefono	*Restaurante • Baño • Piscinas • Lago	3	• "Senderismo" • "Senderismo de aves" • "Cajilla" • "Senderismo"	3	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	*Habitación 4 camas:\$42,000 *Habitación 1 cama: \$48,000	Transporte en Lancha \$20,000 * Campesio \$100,000 *Pensión en lancha: \$180,000	4	3,00
HOTEL CAMPESTRE PUEBLO NUEVO S.A.S	CF 14 LA PARQUE PRINCIPAL, Palestina, Caldas	*267 km Manizales *315 km de Pereira	1	17	2	• DIRECTV TV • Baño • Telefono	*Restaurante • "Bar" • Piscinas • Barbecue • Canchas de Fútbol	3	*Senderismo • Auilamiento de aves	2	• Agua caliente • Luz • Parquetado • Internet	4	Habitación Estándar: \$80,000	Servicios Incluidos en el coste de la habitación	3	2,50

Fuente: Elaboración Propia

8.2.5. Nivel de competitividad

Tabla 14. Nivel de competitividad del Sector Hotelero Campestre del Departamento de Caldas

Hotel	Nivel de competitividad	
EL RECINTO DEL PENSAMIENTO	4,17	Medio-Alto
TERMALES DEL OTOÑO	4,50	Alto
EI RINCON DEL BUHO	4,17	Medio-Alto
HOTEL CAMPESTRE VILLA BEATRIZ	4,17	Medio -Alto
HACIENDA VENECIA	4,00	Medio-Alto
TERMALES DEL RUIZ	3,83	Medio
HOTEL CAMPESTRE LA VIÑA	3,67	Medio
ECOHOTEL PALESTINA	3,67	Medio
CENTRO VACACIONAL BABILONIA	3,67	Medio
HOTEL CURAZAO	3,33	Medio-Bajo
HOTEL CAMPESTRE AVALON	3,17	Medio-Bajo
ECOHOTEL LA JUANITA	3,00	Medio-Bajo
LA AMELIA	3,00	Medio-Bajo
ECOHOTEL TURPAZ	3,00	Medio- Bajo
HACIENDA EL CANEY	2,83	Bajo
HOTEL CAMPESTRE PUEBLO NUEVO S.A.S	2,50	Bajo

Fuente: Elaboración Propia

Se puede definir que los prestadores de servicios turísticos más influyentes en el departamento son aquellos que tiene un puntaje entre 4 a 4.4 Medio –Alto, y 4.5 a 5 Alto, ya que en cuanto a su portafolio de servicios y tarifas de precios son estos los que tiene un alto índice de rentabilidad debido al tiempo de funcionamiento a y las tendencias de innovación y distribución de su portafolio de servicios.

8.2.6. Evaluación de Competencia

Tabla 15. Matriz de Evaluación de Competencia - Hotel Campestre la Guayabera

Matriz servicios y Competitividad												
Ubicación	Distancia a Centro Urbano	Puntaje	No de Habitaciones	Puntaje	Servicio por Habitación	Área Social	Puntaje	Portafolio de Servicios	Puntaje	Servicios	Puntaje	Nivel de competitividad
Vereda 4 Esquinas a 30 minutos del casco urbano de Aguadas	118Km de Manizales, 176 K, de Pereira	2	30	4	<ul style="list-style-type: none"> • DIRECTV TV • Minibar • Baño • Teléfono 	<ul style="list-style-type: none"> *Restaurante *Zona de Biopiscinas *Centro de Visitantes 	4	<ul style="list-style-type: none"> *Senderismo *Ciclismo de montaña *Biopiscinas *Avistamiento de Aves *Zona De Camping *Avistamiento de Aves 	5	<ul style="list-style-type: none"> *Agua Caliente *Electricidad 	3	3,6(Medio)

Fuente: Elaboración Propia

En relación con los prestadores de servicios más representativos del departamento de caldas, EL Hotel campestre la guayabera posee unas fortalezas y unas áreas de oportunidad con respecto al nivel competitivo de este. Dentro de sus fortalezas se resalta el portafolio de servicios que en si es extenso, el are social, los servicios por habitación y el número de habitaciones disponibles. En cuanto a las áreas de oportunidad se encuentra la localización del hotel estando a más de 100 km de la ciudad de Manizales y de la ciudad de Pereira, sin embargo todo recae en la distribución y/o promoción de los servicios del hotel.

8.2.7. Análisis del mercado

Definición del mercado objetivo: Personas de todos los estratos socioeconómicos que busquen una experiencia directa con la naturaleza. Comprendiendo los departamentos de Caldas y Risaralda como departamentos claves en la identificación y cuantificación del mercado potencial.

Tabla 16. Mercado Objetivo Visitantes extranjeros - Visitantes nacionales

Risaralda						
Visitantes extranjeros no residentes		Mercado objetivo				
Año	No de pasajeros	Motivo de Viaje: Turismo %	Total Anual	Total mensual	Total Semanal	Total Día
2015	22235	70%	15565	1297	324	46
2016	25380	72%	18274	1523	381	54
2017	11489	76%	8732	728	182	26

Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares		Mercado Objetivo				
Año	No de pasajeros	Motivo de Viaje: Turismo %	Total Anual	Total mensual	Total Semanal	Total Día
2015	651190	70%	455833	37986	9497	1357
2016	633573	72%	456173	38014	9504	1358
2017	253221	76%	192448	16037	4009	573

Fuente: Elaboración Propia - Datos Estadísticos-Citur

Tabla 17. Mercado Objetivo – Visitantes extranjeros No Residentes- Visitantes nacionales

Caldas						
Visitantes extranjeros no residentes		Mercado objetivo				
Año	No de pasajeros	Motivo de Viaje: Turismo %	Total Anual	Total mensual	Total Semanal	Total Día
2015	7870	70%	5509	459	115	16
2016	8552	72%	6157	513	128	18
2017	3311	76%	2516	210	52	7

Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares		Mercado Objetivo				
Año	No de pasajeros	Motivo de Viaje: Turismo %	Total Anual	Total mensual	Total Semanal	Total Día
2015	95159	70%	66611	5551	1388	198
2016	106090	72%	76385	6365	1591	227
2017	39218	76%	29806	2484	621	89

Fuente: Elaboración Propia - Datos Estadísticos-Citur

Mercado Nacional: Son aquellos viajeros colombianos que buscan conocer a plenitud la belleza que Colombia tiene para ofrecer, y vivir experiencias únicas alejadas de la agitada vida ciudadana. Nuestro mercado nacional viene con una gran Influencia de tres ciudades principales más cercana; Medellín, Manizales y Pereira siendo estas los ejes culturales modernos de la región.²⁸

²⁸ AREWARO. ECOTURISMO - Turismo ecológico [En línea]. Colombia 2009 [Citado 25 -Agosto -2017]. Disponible en internet: <http://www.ecoturismoarewaro.com/web/es/ecoturismo-turismo-ecologico.html>

Mercado Internacional: En el mercado internacional se posee un gran potencial por parte de extranjeros provenientes en su mayor medida de países como Francia, Australia, Austria, Alemania, Italia, España, Suiza y entre otros países europeos alcanzando en el 2016 un total de 314.262 viajeros en búsqueda de ocio y recreación a su vez las Américas con 1.501.073, Asia meridional con 4.708, África 2.075, oriente Medio 1.365, Asia oriental y el pacífico 39.191.

8.2.8. Justificación del Mercado

La necesidad de un hospedaje a las afueras de aguadas es importante ya que dicho municipio no posee un lugar de hospedaje que permita a los turistas disfrutar del ambiente rural tampoco alguno que les permita disfrutar de un ambiente ecológico y tranquilo. El principal mercado es el turista de ocio, y de aventura aquellos que buscan alejarse de las grandes urbes y disfrutar de una experiencia única en este territorio.

8.2.9. Perfil del Consumidor

El perfil del cliente comprende unos factores claves. **Factor socioeconómico:** Los turistas de naturaleza corresponden al grupo de mediana edad, 30-40 años, seguidos por el grupo de más jóvenes, a partir de los 20.

- Tienen un nivel de formación mediano-alto.
- Igual que su nivel de ingresos, también mediano-alto.

Factor Motivacional: Las motivaciones principales del viaje son descansar y divertirse, realizar algún tipo de deporte y conocer la naturaleza. Los viajeros que realizan un viaje exclusivamente de naturaleza son escasos, ya que combinan la naturaleza con algún tipo de actividad.

Factor de Actividades a realizar:

- Principalmente, senderismo y bicicleta.
- Aunque en menor medida también: escalada, montañismo, montar a caballo o actividades de agua (piragua, buceo, etc.).

Factor de alojamiento:

- Se alojan en hoteles, campings y casas rurales. En menor medida, en casas de familiares o, incluso, segundas residencias.
- Los consumidores acostumbran a viajar con la pareja, la familia y, por último, con amigos.

Factor de organización y duración del viaje:

- La mayor parte de viajeros organizan el viaje por cuenta propia.
- Acostumbran a pasar de 2 a 3 días en el destino (lo que responde a la tendencia de hacer viajes más cortos aunque más frecuentes). En segundo término quedan los viajes más largos, de una semana o 15 días de duración.

Cabe resaltar que estas características corresponden a un perfil general de turista de naturaleza. Existen además un número de variables que influyen en la determinación y caracterización del perfil: país de origen, edad, intereses, expectativas, hábitos de consumo, tipo de actividad que realiza, etc.

8.3. ESTRATEGIA DE MERCADO

8.3.1. Concepto de servicio

En cuanto a la definición del servicio que prestara El hotel campestre la guayabera este cae en la categoría de turismo campestre siendo aquel que se realiza atraído por los recursos naturales/culturales de una región, que puede ofrecer una o varias posibilidades de esparcimiento, con un bajo impacto ambiental en espacios no degradados; lejos de las multitudes; tierra adentro o en litorales no urbanizados; con frecuencia cercanos o en pequeños poblados; en edificaciones a pequeña escala; en armonía con el medio ambiente; respetuoso de su entorno y en contacto directo con la población local.(Martinez, Tarrango, 2002,p. 15).

Tabla 18. Listado de Servicios

LISTADO DE SERICIOS
Nivel 1
Hospedaje cabañas Rusticas Amobladas
Senderos ecológicos
Biopiscinas Climatizadas
Tirolesa
Ciclismo de Montaña
Avistamiento de aves
Servicio de Restaurante
Nivel 2
Noches Temáticas para parejas
Paquetes Familiares
Paquete de camping
Pasadía de excursión

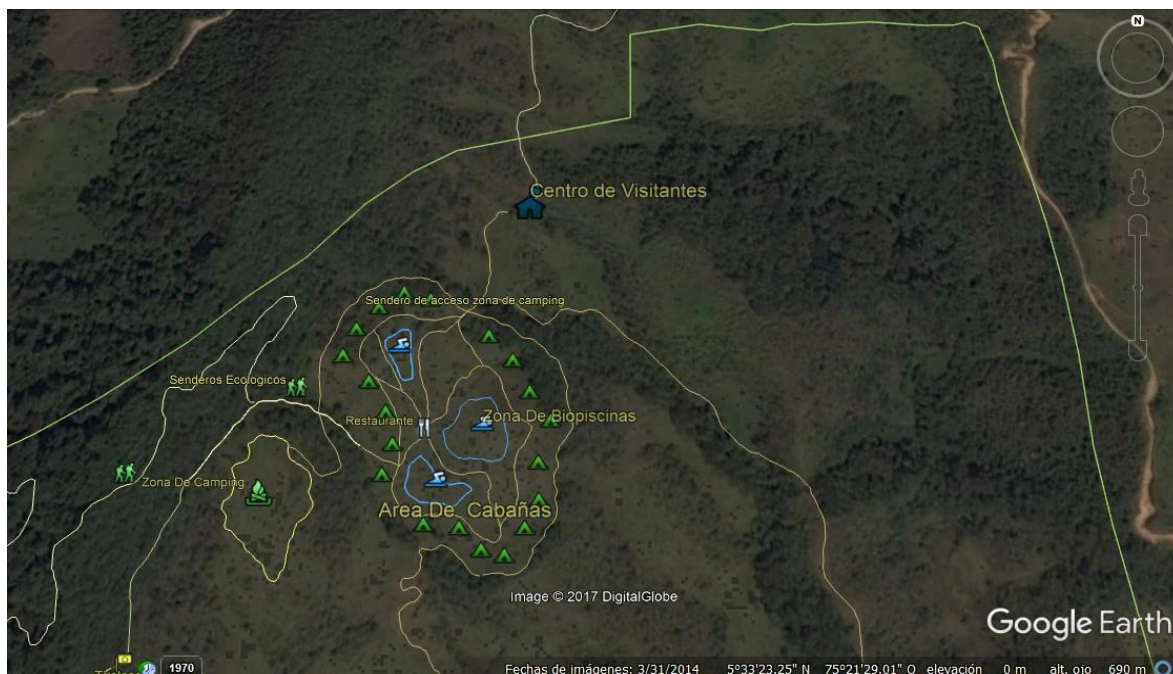
Fuente: Elaboración Propia

Los huéspedes tendrán a su disposición 30 cabañas plenamente construidas y adecuadas con baño, camas y/o camarotes, teléfono, Televisión satelital, Agua caliente, minibar así como servicio de restaurante.

Los huéspedes tendrán la oportunidad de contar con un variado número de actividades. Entre las principales actividades se destacan caminatas ecológicas, área de Bio-piscinas, lanzamiento de tirolesa, avistamiento de aves, Ciclismo de montaña, prácticas agrícolas y ganaderas además de disfrutar de un ambiente

limpio, rustico ideal para aquellos que quieran alejarse del agitado mundo urbano. Para una experiencia más cercana a la naturaleza se contara con zona de camping ubicada no muy lejos de la casa principal contando con los requerimientos básicos de baños y agua potable.²⁹

Grafica 14. Mapa de Servicios - Etapa 1



Fuente: Elaboración Propia

Descripción Etapa 1.

- Centro de visitantes
- Sendero de acceso zona de camping
- Área de Cabañas
- Zona de Biopiscinas
- Senderos Ecológicos
- Restaurante
- Zona de camping

²⁹ IBID

Grafica 15. Mapa de Servicios - Etapa 2



Fuente: Elaboración Propia

Descripción Etapa 2.

- Senderos Ecológicos
- Zona Húmeda
- Renta de Bicicletas de Montaña
- Ruta de montaña
- Tirolesa
- Mirador de Aves

Grafica 16. Mapa de Servicios - Etapa 3



Fuente: Elaboración Propia

Descripción Etapa 3.

- Renta de bicicletas de montaña
- Ruta de montaña

El Hotel Campestre la Guayabera introducirá a sus huéspedes en una experiencia que busca generar un vínculo entre el visitante y el territorio, para ello se contara con el apoyo del municipio de Aguadas haciendo aprovechamiento del inventario turístico presente en la zona. **(Ver Anexo-Inventario turístico de Aguadas).**

Grafica 17. Mapa de Procesos



Fuente: Elaboración Propia

En esta grafica se ilustra claramente los procesos que se llevarían a cabo en el hotel campestre “La Guayabera”, en el cual los procesos de apoyo están plenamente articulados de forma sistémica y a su vez se realizan procesos de seguimiento y control de forma continua, para asegurar la satisfacción de los clientes.

8.3.1. Estrategia de precio

Concepto de precio: Cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.³⁰

Teniendo en cuenta que establecer el precio del servicio tiene una inferencia directa en el éxito y el fracaso del proyecto, para esto se tomara en cuenta los el número de servicios a prestar, la calidad de estos mismos y el impacto que tendría en el cliente la estadía en el hotel.

Tabla 19. Listado de Precios

Listado de Precios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cabaña Sencilla x2 Personas	\$ 320.000,00	\$ 330.000,00	\$ 340.000,00	\$ 350.000,00	\$ 360.000,00
Cabaña dos pisos x4 Personas	\$ 490.000,00	\$ 500.000,00	\$ 520.000,00	\$ 530.000,00	\$ 540.000,00
Renta de servicios Adicionales A	\$ 25.000,000	\$ 30.000,000	\$ 35.000,000	\$ 35.000,000	\$ 40.000,000
Renta de servicios Adicionales B	\$ 35.000,000	\$ 40.000,000	\$ 40.000,000	\$ 45.000,000	\$ 50.000,000
Pasadía Adultos	\$ 45.000,000	\$ 50.000,000	\$ 55.000,000	\$ 55.000,000	\$ 60.000,000
Pasadía Niños de 5-10 años	\$ 35.000,000	\$ 35.000,000	\$ 35.000,000	\$ 40.000,000	\$ 40.000,000
Pasadía Menores de 5 años	\$ 25.000,000	\$ 25.000,000	\$ 25.000,000	\$ 25.000,000	\$ 25.000,000
Camping Adulto	\$ 35.000,000	\$ 35.000,000	\$ 40.000,000	\$ 40.000,000	\$ 40.000,000
Camping niños de 5-10 años	\$ 20.000,000	\$ 20.000,000	\$ 25.000,000	\$ 25.000,000	\$ 25.000,000

Fuente: Elaboración Propia

Se debe tener en cuenta que se llevaran a cabo diferentes estrategias promocionales por lo que estos precios se verán alterados, en base a las promociones para promover el hotel y sus diferentes servicios, y de acuerdo a las temporadas ya sea baja o alta.

³⁰ CORPORACIÓN VENTURES. Manual para la elaboración de planes de negocios. [En línea]. Colombia, 2010. [Citado 23-Abril-2017]. Disponible en internet: <https://ticamericas.net/Download/bootcamp/ManualdePlanesNegociosMCITVentures.pdf>

8.3.2. Estrategia de Comunicación

- Se contara con la creación de la página web del hotel campestre en la cual los usuarios podrán realizar las reservaciones de las cabañas, así como observar todos los servicios que el Hotel campestre tiene para ofrecer. La página estará diseñada en una forma en la cual atraerá la atención del consumidor con respecto al disfrute potencial al cual puede acceder así como la experiencia en sí que se brindara.
- Como segunda estrategia se contara con el apoyo de la alcaldía del municipio de Aguadas, la cual por medio de su página web anexara el Hotel campestre como un atractivo más en el inventario turístico del municipio, ya que este sería el único hotel campestre en la zona, lo cual tendría un impacto significativo en el incremento del turismo en el municipio.

Se inscribirá y se realizara la distribución del hotel por medio de las redes sociales tales como Facebook e instagram a su vez con la adición del perfil del hotel a las páginas turísticas más populares como Trivago, Despegar, Booking .com entre otras.

Grafica 18. Distribución en Redes Sociales Perfil de Facebook



Fuente: Elaboración Propia- Basado en Facebook

Para el proceso de reservas y compras se llevaran a cabo de un servicio de outsourcing.

Para esto se tendrá el convenio con chat centers los cuales estarán encargados de recibir las reservas de los clientes a su vez con las quejas reclamos y sugerencias.

8.3.3. Estrategia de Ventas

La estrategia estará enfocada hacia las redes sociales así como nuevas tendencias de comunicación, en este punto la página web del hotel no solo proporcionara todo tipo de información acerca de este y de la región sino que se podrán realizar reservas .Se manejarán tarifas especiales para aquellos que visitan el hotel por primera vez, lo cual garantizara la fidelidad de los clientes e incitara a un pronto regreso.

Se maneja una extensa base de datos que permitirá almacenar información vital sobre nuestros clientes fijos y clientes potenciales, esto con el fin de realizar ajustes, promociones y descuentos especiales dependiendo la situación.

8.4. PROYECCION DE VENTAS

8.4.1. Proyecciones

Tabla 20. Proyección de Ventas Primer Año

Proyección de Ventas		Indicadores	
Cabaña Sencilla x2 Personas	\$ 320.000,00	Indicador de ocupación según tamaño de establecimiento	1 a 50 Hab
Cabaña dos pisos x4 Personas	\$ 490.000,00		49,99%
Renta de servicios Adicionales A	\$ 25.000,000	Indicador de ocupación según Tarifas promedio	↑\$356,800
Renta de servicios Adicionales B	\$ 35.000,000		55,65%
Pasadia Adultos	\$ 45.000,000	Indicador de ocupación según Segmento de Mercado	Ocio y recreación
Pasadia Niños de 5-10 años	\$ 35.000,000		52,82%
Pasadia Menores de 5 años	\$ 25.000,000	Indicador de ocupación según Ubicación	Rural/Campestre
Camping Adulto	\$ 35.000,000		57,49%
Camping niños de 5-10 años	\$ 20.000,000		
Cabañas	\$ 810.000,00		
Pasadia Y camping	\$ 160.000,00		
Renta de servicios Adicionales	\$ 60.000,00		
Alimentación y bebidas	\$ 309.000,00		
Ventas promedio Diarias	\$ 1.339.000,00		
Indicador de ocupación	35,90%		

PRIMER AÑO

	MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL ANUAL
Índice De ocupación	Promedio	15%	10%	35%	20%	20%	36%	36%	22%	24%	21%	20%	35%	25%
Cabañas	30 35,90%	5	3	11	6	6	11	11	7	7	6	6	11	88
Ventas promedio	\$ 1.339.000	\$ 3.645.000	\$ 2.430.000	\$ 8.505.000	\$ 4.860.000	\$ 4.860.000	\$ 8.748.000	\$ 8.748.000	\$ 5.346.000	\$ 5.832.000	\$ 5.103.000	\$ 4.860.000	\$ 8.505.000	71442000
Días Del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
VENTAS	Cabañas	\$ 112.995.000	\$ 68.040.000	\$ 263.655.000	\$ 145.800.000	\$ 150.660.000	\$ 262.440.000	\$ 271.188.000	\$ 165.726.000	\$ 174.960.000	\$ 158.193.000	\$ 145.800.000	\$ 263.655.000	\$ 2.183.112.000
	Pasadia Adultos													
	Pasadia Niños de 5-10 años													
	Pasadia Menores de 5 años	\$ 5.704.000	\$ 4.928.000	\$ 6.696.000	\$ 5.760.000	\$ 5.952.000	\$ 6.528.000	\$ 6.745.600	\$ 6.051.200	\$ 5.952.000	\$ 6.001.600	\$ 5.760.000	\$ 6.696.000	\$ 72.774.400
	Camping Adulto													
	Camping niños de 5-10 años													
	Renta de servicios Adicionales A	\$ 2.139.000	\$ 1.848.000	\$ 2.511.000	\$ 2.160.000	\$ 2.232.000	\$ 2.448.000	\$ 2.529.600	\$ 2.269.200	\$ 2.232.000	\$ 2.250.600	\$ 2.160.000	\$ 2.511.000	\$ 27.290.400
	Renta de servicios Adicionales B													
	Alimentación y bebidas	\$ 11.015.850	\$ 9.517.200	\$ 12.931.650	\$ 11.124.000	\$ 11.494.800	\$ 12.607.200	\$ 13.027.440	\$ 11.686.380	\$ 11.494.800	\$ 11.590.590	\$ 11.124.000	\$ 12.931.650	\$ 140.545.560
TOTAL MES		\$ 131.853.850	\$ 84.333.200	\$ 285.793.650	\$ 164.844.000	\$ 170.338.800	\$ 284.023.200	\$ 293.490.640	\$ 185.732.780	\$ 194.638.800	\$ 178.035.790	\$ 164.844.000	\$ 285.793.650	\$ 2.423.722.360

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21. Proyección de Ventas Segundo Año

Proyección de Ventas		Indicadores	
Cabaña Sencilla x2 Personas	\$ 330.000,00	Indicador de ocupación según tamaño de establecimiento	1 a 50 Hab
Cabaña dos pisos x4 Personas	\$ 500.000,00		49,99%
Renta de servicios Adicionales A	\$ 30.000,000	Indicador de ocupación según Tarifas promedio	↑\$356,800
Renta de servicios Adicionales B	\$ 40.000,000		55,65%
Pasadia Adultos	\$ 50.000,000	Indicador de ocupación según Segmento de Mercado	Ocio y recreación
Pasadia Niños de 5-10 años	\$ 35.000,000		52,82%
Pasadia Menores de 5 años	\$ 25.000,000	Indicador de ocupación según Ubicación	Rural/Campestre
Camping Adulto	\$ 35.000,000		57,49%
Camping niños de 5-10 años	\$ 20.000,000		
Cabañas	\$ 830.000,00		
Pasadia Y camping	\$ 165.000,00		
Renta de servicios Adicionales	\$ 70.000,00		
Alimentos y Bebidas	\$ 319.500,00		
Ventas promedio Diarias	\$ 1.384.500,00		
Indicador de ocupación	35,90%		

SEGUNDO AÑO

	MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL ANUAL
Índice De ocupación	Promedio	25%	18%	35%	27%	28%	36%	36%	25%	27%	29%	24%	36%	29%
Cabañas	30 35,90%	8	5	11	8	8	11	11	8	8	9	7	11	
Ventas promedio	\$ 1.384.500	\$ 6.225.000	\$ 4.482.000	\$ 8.715.000	\$ 6.723.000	\$ 6.972.000	\$ 8.964.000	\$ 8.964.000	\$ 6.225.000	\$ 6.723.000	\$ 7.221.000	\$ 5.976.000	\$ 8.964.000	
Días Del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
VENTAS	Cabañas	\$ 192.975.000	\$ 125.496.000	\$ 270.165.000	\$ 201.690.000	\$ 216.132.000	\$ 268.920.000	\$ 277.884.000	\$ 192.975.000	\$ 201.690.000	\$ 223.851.000	\$ 179.280.000	\$ 277.884.000	\$ 2.628.942.000
	Pasadia Adultos													
	Pasadia Niños de 5-10 años													
	Pasadia Menores de 5 años	\$ 6.393.750	\$ 5.451.600	\$ 6.905.250	\$ 6.286.500	\$ 6.547.200	\$ 6.732.000	\$ 6.956.400	\$ 6.393.750	\$ 6.286.500	\$ 6.598.350	\$ 6.138.000	\$ 6.956.400	\$ 77.645.700
	Camping Adulto													
	Camping niños de 5-10 años													
	Renta de servicios Adicionales A	\$ 2.712.500	\$ 2.312.800	\$ 2.929.500	\$ 2.667.000	\$ 2.777.600	\$ 2.856.000	\$ 2.951.200	\$ 2.712.500	\$ 2.667.000	\$ 2.799.300	\$ 2.604.000	\$ 2.951.200	\$ 32.940.600
	Renta de servicios Adicionales B													
	Alimentos y Bebidas	\$ 12.380.625	\$ 10.556.280	\$ 13.371.075	\$ 12.172.950	\$ 12.677.760	\$ 13.035.600	\$ 13.470.120	\$ 12.380.625	\$ 12.172.950	\$ 12.776.805	\$ 11.885.400	\$ 13.470.120	\$ 150.350.310
TOTAL MES		\$ 202.081.250	\$ 133.260.400	\$ 279.999.750	\$ 210.643.500	\$ 225.456.800	\$ 278.508.000	\$ 287.791.600	\$ 202.081.250	\$ 210.643.500	\$ 233.248.650	\$ 188.022.000	\$ 287.791.600	\$ 2.739.528.300

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22. Proyección de Ventas Tercer Año

Proyección de Ventas		Indicadores	
Cabaña Sencilla x2 Personas	\$ 340.000,00	Indicador de ocupación según tamaño de establecimiento	1 a 50 Hab
Cabaña dos pisos x4 Personas	\$ 520.000,00		49,99%
Renta de servicios Adicionales A	\$ 35.000,000	Indicador de ocupación según Tarifas promedio	↑\$356,800
Renta de servicios Adicionales B	\$ 40.000,000		55,65%
Pasadía Adultos	\$ 55.000,000	Indicador de ocupación según Segmento de Mercado	Ocio y recreación
Pasadía Niños de 5-10 años	\$ 35.000,000		52,82%
Pasadía Menores de 5 años	\$ 25.000,000	Indicador de ocupación según Ubicación	Rural/Campestre
Camping Adulto	\$ 40.000,000		57,49%
Camping niños de 5-10 años	\$ 25.000,000		
Cabañas	\$ 860.000,00		
Pasadía Y camping	\$ 180.000,00		
Renta de servicios Adicionales	\$ 75.000,00		
Alimentos Y bebidas	\$ 334.500,00		
Ventas promedio Diarias	\$ 1.449.500,00		
Indicador de ocupación	35,90%		

TERCER AÑO

		MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL ANUAL
	Indicé De ocupación	Promedio	28%	20%	36%	30%	29%	36%	36%	28%	30%	30%	28%	36%	31%
Cabañas	30	35,90%	8	6	11	9	9	11	11	8	9	9	8	11	
Ventas promedio	\$ 1.449.500		\$ 7.224.000	\$ 5.160.000	\$ 9.288.000	\$ 7.740.000	\$ 7.482.000	\$ 9.288.000	\$ 9.288.000	\$ 7.224.000	\$ 7.740.000	\$ 7.740.000	\$ 7.224.000	\$ 9.288.000	
Días Del mes			31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
VENTAS	Cabañas		\$ 223.944.000	\$ 144.480.000	\$ 287.928.000	\$ 232.200.000	\$ 231.942.000	\$ 278.640.000	\$ 287.928.000	\$ 223.944.000	\$ 232.200.000	\$ 239.940.000	\$ 216.720.000	\$ 287.928.000	\$ 2.887.794.000
	Pasadía Adultos														
	Pasadía Niños de 5-10 años														
	Pasadía Menores de 5 años		\$ 7.142.400	\$ 6.048.000	\$ 7.588.800	\$ 7.020.000	\$ 7.198.200	\$ 7.344.000	\$ 7.588.800	\$ 7.142.400	\$ 7.020.000	\$ 7.254.000	\$ 6.912.000	\$ 7.588.800	\$ 85.847.400
	Camping Adulto														
	Camping niños de 5-10 años														
	Renta de servicios Adicionales A		\$ 2.976.000	\$ 2.520.000	\$ 3.162.000	\$ 2.925.000	\$ 2.999.250	\$ 3.060.000	\$ 3.162.000	\$ 2.976.000	\$ 2.925.000	\$ 3.022.500	\$ 2.880.000	\$ 3.162.000	\$ 35.769.750
	Renta de servicios Adicionales B														
	Alimentos Y bebidas		\$ 13.272.960	\$ 11.239.200	\$ 14.102.520	\$ 13.045.500	\$ 13.376.655	\$ 13.647.600	\$ 14.102.520	\$ 13.272.960	\$ 13.045.500	\$ 13.480.350	\$ 12.844.800	\$ 14.102.520	\$ 159.533.085
	TOTAL MES		\$ 234.062.400	\$ 153.048.000	\$ 298.678.800	\$ 242.145.000	\$ 242.139.450	\$ 289.044.000	\$ 298.678.800	\$ 234.062.400	\$ 242.145.000	\$ 250.216.500	\$ 226.512.000	\$ 298.678.800	\$ 3.009.411.150

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23. Proyección de Ventas Cuarto Año

Proyección de Ventas		Indicadores	
Cabaña Sencilla x2 Personas	\$ 350.000,00	Indicador de ocupación según tamaño de establecimiento	1 a 50 Hab
Cabaña dos pisos x4 Personas	\$ 530.000,00		49,99%
Renta de servicios Adicionales A	\$ 35.000,000	Indicador de ocupación según Tarifas promedio	↑\$356,800
Renta de servicios Adicionales B	\$ 45.000,000		55,65%
Pasadia Adultos	\$ 55.000,000	Indicador de ocupación según Segmento de Mercado	Ocio y recreación
Pasadia Niños de 5-10 años	\$ 40.000,000		52,82%
Pasadia Menores de 5 años	\$ 25.000,000	Indicador de ocupación según Ubicación	Rural/Campestre
Camping Adulto	\$ 40.000,000		57,49%
Camping niños de 5-10 años	\$ 25.000,000		
Cabañas	\$ 880.000,00		
Pasadia Y camping	\$ 185.000,00		
Renta de servicios Adicionales	\$ 80.000,00		
Alimentos y bebidas	\$ 385.500,00		
Ventas promedio Diarias	\$ 1.530.500,00		
Indicador de ocupación	35,90%		

CUARTO AÑO

		MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL ANUAL
	Índice De ocupación	Promedio	30%	28%	36%	32%	31%	36%	36%	30%	32%	31%	30%	36%	32%
Cabañas	30	35,90%	9	8	11	10	9	11	11	9	10	9	9	11	
Ventas promedio	\$ 1.530.500		\$ 7.920.000	\$ 7.392.000	\$ 9.504.000	\$ 8.448.000	\$ 8.184.000	\$ 9.504.000	\$ 9.504.000	\$ 7.920.000	\$ 8.448.000	\$ 8.184.000	\$ 7.920.000	\$ 9.504.000	
Días Del mes			31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
VENTAS	Cabañas		\$ 245.520.000	\$ 206.976.000	\$ 294.624.000	\$ 253.440.000	\$ 253.704.000	\$ 285.120.000	\$ 294.624.000	\$ 245.520.000	\$ 253.440.000	\$ 253.704.000	\$ 237.600.000	\$ 294.624.000	\$ 3.118.896.000
	Pasadia Adultos														
	Pasadia Niños de 5-10 años														
	Pasadia Menores de 5 años		\$ 7.455.500	\$ 6.630.400	\$ 7.799.600	\$ 7.326.000	\$ 7.512.850	\$ 7.548.000	\$ 7.799.600	\$ 7.455.500	\$ 7.326.000	\$ 7.512.850	\$ 7.215.000	\$ 7.799.600	\$ 89.380.900
	Camping Adulto														
	Camping niños de 5-10 años														
	Renta de servicios Adicionales A		\$ 3.224.000	\$ 2.867.200	\$ 3.372.800	\$ 3.168.000	\$ 3.248.800	\$ 3.264.000	\$ 3.372.800	\$ 3.224.000	\$ 3.168.000	\$ 3.248.800	\$ 3.120.000	\$ 3.372.800	\$ 38.651.200
	Renta de servicios Adicionales B														
	Alimentos y bebidas		\$ 15.535.650	\$ 13.816.320	\$ 16.252.680	\$ 15.265.800	\$ 15.655.155	\$ 15.728.400	\$ 16.252.680	\$ 15.535.650	\$ 15.265.800	\$ 15.655.155	\$ 15.034.500	\$ 16.252.680	\$ 186.250.470
	TOTAL MES		\$ 256.199.500	\$ 216.473.600	\$ 305.796.400	\$ 263.934.000	\$ 264.465.650	\$ 295.932.000	\$ 305.796.400	\$ 256.199.500	\$ 263.934.000	\$ 264.465.650	\$ 247.935.000	\$ 305.796.400	\$ 3.433.178.570

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24. Proyección de Ventas Quinto Año

Proyección de Ventas		Indicadores	
Cabaña Sencilla x2 Personas	\$ 360.000,00	Indicador de ocupación según tamaño de establecimiento	1 a 50 Hab
Cabaña dos pisos x4 Personas	\$ 540.000,00		49,99%
Renta de servicios Adicionales A	\$ 40.000,000	Indicador de ocupación según Tarifas promedio	↑\$356,800
Renta de servicios Adicionales B	\$ 50.000,000		55,65%
Pasadia Adultos	\$ 60.000,000	Indicador de ocupación según Segmento de Mercado	Ocio y recreación
Pasadia Niños de 5-10 años	\$ 40.000,000		52,82%
Pasadia Menores de 5 años	\$ 25.000,000	Indicador de ocupación según Ubicación	Rural/Campestre
Camping Adulto	\$ 40.000,000		57,49%
Camping niños de 5-10 años	\$ 25.000,000		
Cabañas	\$ 900.000,00		
Pasadia Y camping	\$ 190.000,00		
Renta de servicios Adicionales	\$ 90.000,00		
Alimentos Y bebidas	\$ 354.000,00		
Ventas promedio Diarias	\$ 1.534.000,00		
Indicador de ocupación	35,90%		

QUINTO AÑO

	MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL ANUAL
Índice De ocupación	Promedio	32%	30%	36%	34%	33%	36%	36%	32%	34%	33%	32%	36%	34%
Cabañas	30 35,90%	10	9	11	10	10	11	11	10	10	10	10	11	
Ventas promedio	\$ 1.534.000	\$ 8.640.000	\$ 8.100.000	\$ 9.720.000	\$ 9.180.000	\$ 8.910.000	\$ 9.720.000	\$ 9.720.000	\$ 8.640.000	\$ 9.180.000	\$ 8.910.000	\$ 8.640.000	\$ 9.720.000	
Días Del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
VENTAS	Cabañas	\$ 267.840.000	\$ 226.800.000	\$ 301.320.000	\$ 275.400.000	\$ 276.210.000	\$ 291.600.000	\$ 301.320.000	\$ 267.840.000	\$ 275.400.000	\$ 276.210.000	\$ 259.200.000	\$ 301.320.000	\$ 3.320.460.000
	Pasadia Adultos													
	Pasadia Niños de 5-10 años													
	Pasadia Menores de 5 años	\$ 7.774.800	\$ 6.916.000	\$ 8.010.400	\$ 7.638.000	\$ 7.833.700	\$ 7.752.000	\$ 8.010.400	\$ 7.774.800	\$ 7.638.000	\$ 7.833.700	\$ 7.524.000	\$ 8.010.400	\$ 92.716.200
	Camping Adulto													
	Camping niños de 5-10 años													
	Renta de servicios Adicionales A	\$ 3.682.800	\$ 3.276.000	\$ 3.794.400	\$ 3.618.000	\$ 3.710.700	\$ 3.672.000	\$ 3.794.400	\$ 3.682.800	\$ 3.618.000	\$ 3.710.700	\$ 3.564.000	\$ 3.794.400	\$ 43.918.200
	Renta de servicios Adicionales B													
	Alimentos Y bebidas	\$ 14.485.680	\$ 12.885.600	\$ 14.924.640	\$ 14.230.800	\$ 14.595.420	\$ 14.443.200	\$ 14.924.640	\$ 14.485.680	\$ 14.230.800	\$ 14.595.420	\$ 14.018.400	\$ 14.924.640	\$ 172.744.920
	TOTAL MES	\$ 293.783.280	\$ 249.877.600	\$ 328.049.440	\$ 300.886.800	\$ 302.349.820	\$ 317.467.200	\$ 328.049.440	\$ 293.783.280	\$ 300.886.800	\$ 302.349.820	\$ 284.306.400	\$ 328.049.440	\$ 3.629.839.320

Fuente: Elaboración Propia

Las proyecciones de ventas se llevaron a cabo en base a los datos obtenidos por medio del CITUR, en el cual muestra el porcentaje de ocupación correspondiente a cada mes del año de la influencia en caldas. Dichas proyecciones se hicieron obteniendo un precio promedio de ventas diarias el cual se obtuvo con base en los precios de los dos tipos de habitaciones los servicios adicionales, determinando el porcentaje de las ventas provenientes de la reserva de las habitaciones, de los servicios de un día y camping y otros servicios adicionales que ofrece el Hotel Campestre la Guayabera incluyendo servicio de comidas y bebidas. Este supuesto de demanda se realizó con base en el estudio de mercado, después de esto con el promedio de índice de ocupación del sector se sacó un factor de ocupación dividiendo el promedio de ocupación de cada mes por el promedio anual.

Ya teniendo nuestro índice de ocupación se hallaron las ventas diarias con base en el precio promedio diario y nuestro índice de ocupación, para poder hallar las ventas mensuales, por departamento y anuales.

9. CAPITULO 2

9.1. ESTUDIO TÉCNICO

9.2. OPERACIÓN

9.2.1. Ficha técnica del producto o servicio

Nombre: Eco-Hotel La Guayabera

Razón social: La Guayabera .SA

Ubicación: Municipio Aguadas Caldas

Construcción: Diseño y materiales de arquitectura sostenible.

Cabañas: 30.

Habitaciones: 45

Zona de camping: 3516 m2

Capacidad: 250 personas.

Servicios:

- Caminatas Ecológicas.
- Mirador.
- Ciclismo de Montaña
- Tirollesa
- Avistamiento de Aves
- Biopiscinas

Alianzas: Alcaldía de Aguadas Caldas.-COTELCO.

9.2.2. Estado de desarrollo

Actualmente se cuenta con terreno de aproximadamente 760ha, valorado en \$898.800.000 para la construcción del Eco-Hotel La Guayabera.

El terreno cuenta con prados para el sostenimiento de animales, por ejemplo los caballos para las cabalgatas y las vacas para la producción de lácteos caseros, también se dispone del suficiente terreno para hacer los caminos ecológicos para

que el huésped y turista puedan disfrutar del ecosistema ofrecido por los predios rurales.(Ver anexo-Diagnostico de la Finca la Guayabera)

Se buscara la forma de financiar la construcción del Hotel mediante el diseño y materiales requeridos por la arquitectura sostenible. La financiación se hará mediante un préstamo financiero, inversionista o alianza de financiación con COTELCO.

9.2.3. Necesidades y requerimientos

Las necesidades percibidas para el momento de echar en marcha el proyecto se calcularon a partir del coste de instalación de las infraestructuras en base al mercado actual y establecimientos similares.

Tabla 25. Inversión Requerida

INVERSION REQUERIDA	VALOR
Ítem	
Área Administrativa	\$ 809.000.000
Marketing	\$ 228.317.680
Cabañas	\$ 2.010.000.000
Zonas verdes	\$ 101.000.000
Zona de camping	\$ 5.200.000
Área de Biopiscinas	\$ 128.339.589
Senderos	\$ 47.264.335
Rutas de montaña	\$ 17.200.000
Redes Eléctricas	\$ 321.658.000
Redes Sanitarias	\$ 239.587.000
Red Energética solar	\$ 174.850.588
Zona Restaurante	\$ 565.000.000
Tirollesa	\$ 2.250.000
Red de Agua Potable	\$ 453.791.500
Red de Abasto Agua Cruda	\$ 54.369.585
Red de Abasto de Gas	\$ 51.850.000
Seguridad Y comunicación	\$ 69.698.222
Puesta en marcha	\$ 2.233.720.522
Total inversión	\$ 7.513.097.021

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26. Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA				
Proveedor	Ítem	Unidad	Costo/Uni	Costo Total
ALMACENES ÉXITO	Portátiles	7	\$ 1.750.000	\$ 12.250.000
ALMACENES ÉXITO	Impresoras	3	\$ 250.000	\$ 750.000
HOMECENTER	Sillas Reclinables	16	\$ 67.000	\$ 1.072.000
HOMECENTER	Escritorio Oficina 1,5x1,2	6	\$ 120.000	\$ 720.000
HOMECENTER	Escritorio Gerente 1,75x2	1	\$ 350.000	\$ 350.000
HOMECENTER	Tablero Acrílico	2	\$ 175.000	\$ 350.000
HOMECENTER	Teléfono Recepción	1	\$ 56.000	\$ 56.000
HOMECENTER	Teléfono Oficina - Avaya	7	\$ 83.000	\$ 581.000
HOMECENTER	Mesa de Conferencia 4x2	1	\$ 750.000	\$ 750.000
HOMECENTER	Archivador	4	\$ 150.000	\$ 600.000
PAPELERIA EUROPA	Papelería e Insumos	1	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000
ALMACENES ÉXITO	Video Beam	1	\$ 1.450.000	\$ 1.450.000
ALMACENES ÉXITO	Tv Led 49 Pulgadas Uhd 4k Smart tv	2	\$ 1.645.000	\$ 3.290.000
Costos Totales Equipos de oficina				\$ 27.419.000

Fuente: Elaboración Propia

9.3. INFRAESTRUCTURA

9.3.1. Infraestructura-Parámetros Técnicos Especiales

Cabañas: Para la construcción de las cabañas se realizara en un perímetro de 563 metros con una pendiente no mayor a 8% ubicada al noroccidente de la propiedad Para el diseño de las Cabañas se tomara en cuenta el tipo casa cafetera rustica con diseños en Guadua, Bambú (angustifolia) y madera de montaña. Para darle un toque rustico y que mantenga ese contacto con el ambiente rural cafetero.

Las cabañas de dos personas serán cabañas de corte sencillo baño perfectamente instalado, y dormitorio perfectamente amoblado. Para cabañas de 4 personas se llevara a cabo construcción en dos plantas, la planta baja da lugar a una cocina completa con comedor integrado, un baño y una sala de estar de espacio considerable. Por una escalera de óptima inclinación se accede a la planta alta donde se encuentran el dormitorio.

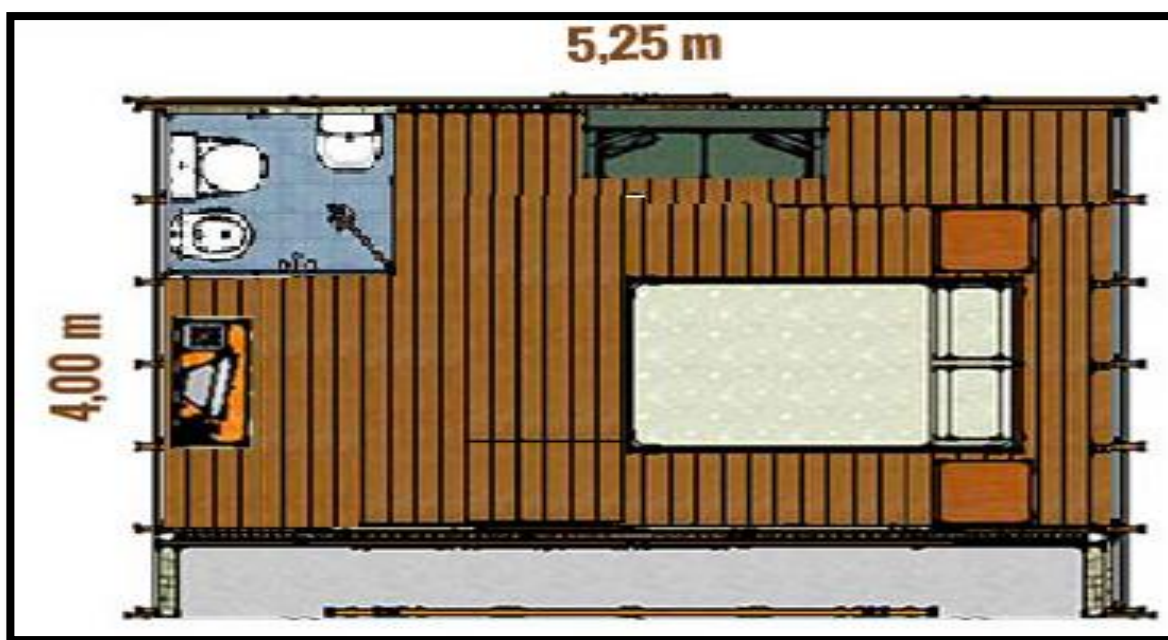
Como procesos sostenibles se contara con paneles solares instalados en el techo en A de las cabañas, estos paneles proporcionaran la energía eléctrica necesaria para el funcionamiento interno de las cabañas

Caracterización de las cabañas

Cabañas para 2 personas

- 35m cuadrados
- Cama
- Baño
- Sofá
- Mesas de noche
- Televisión

Grafica 19. Cabañas para 2 personas

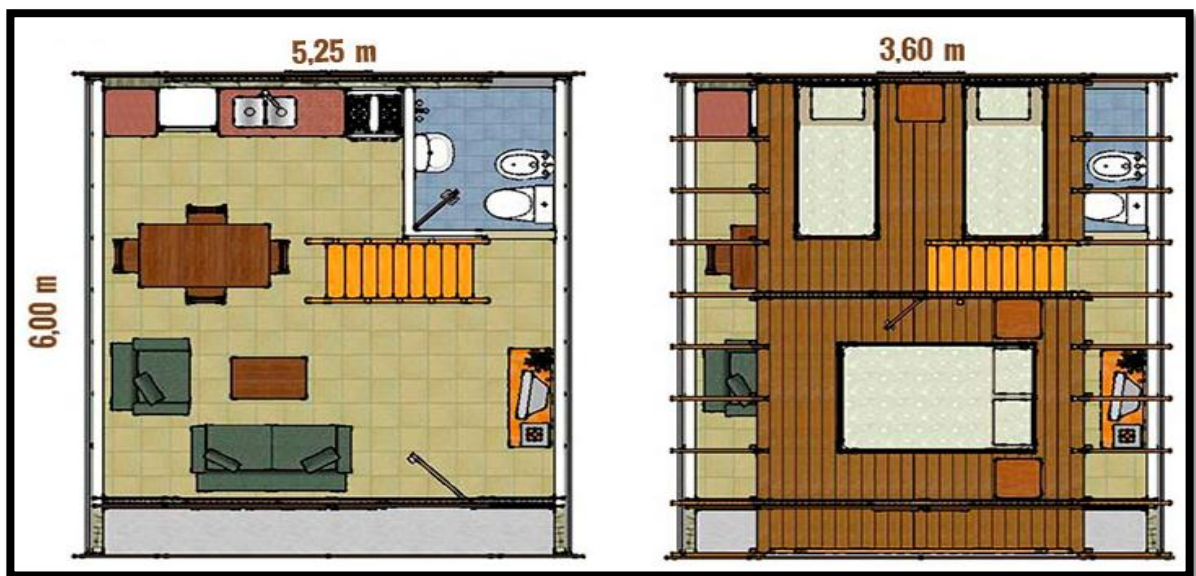


Fuente: Elaboración propia basada en <http://www.galuel.com.ar>

Cabaña para 4 personas

- 53m cuadrados
- Baño
- Cocina comedor
- Sala de estar
- Televisor
- 2 camas sencillas
- 1 cama doble
- Mesas de noche

Grafica 20. Cabaña para 4 personas



Fuente: Basado en <http://www.galuel.com.ar>

Tabla 27. Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA			
TIPO DE CABAÑA	No cabañas	CAPACIDAD INSTALADA	NUMERO DE PERSONAS
SENCILLA	15	2 PERSONAS	30
DOBLE	15	4 PERSONAS	120
ZONA DE CAMPING		CAPACIDAD INSTALADA	NUMERO DE PERSONAS
3516 M2		35m2/CARPA	100
TOTAL CAPACIDAD			250

Fuente Elaboración Propia

Biopiscinas: Las Biopiscinas contarán con un ecosistema tanto dentro del agua como alrededor siendo un verdadero espacio natural con un perímetro de 388 metros para la construcción de estas, en una de las zonas con menor inclinación presente en el predio.

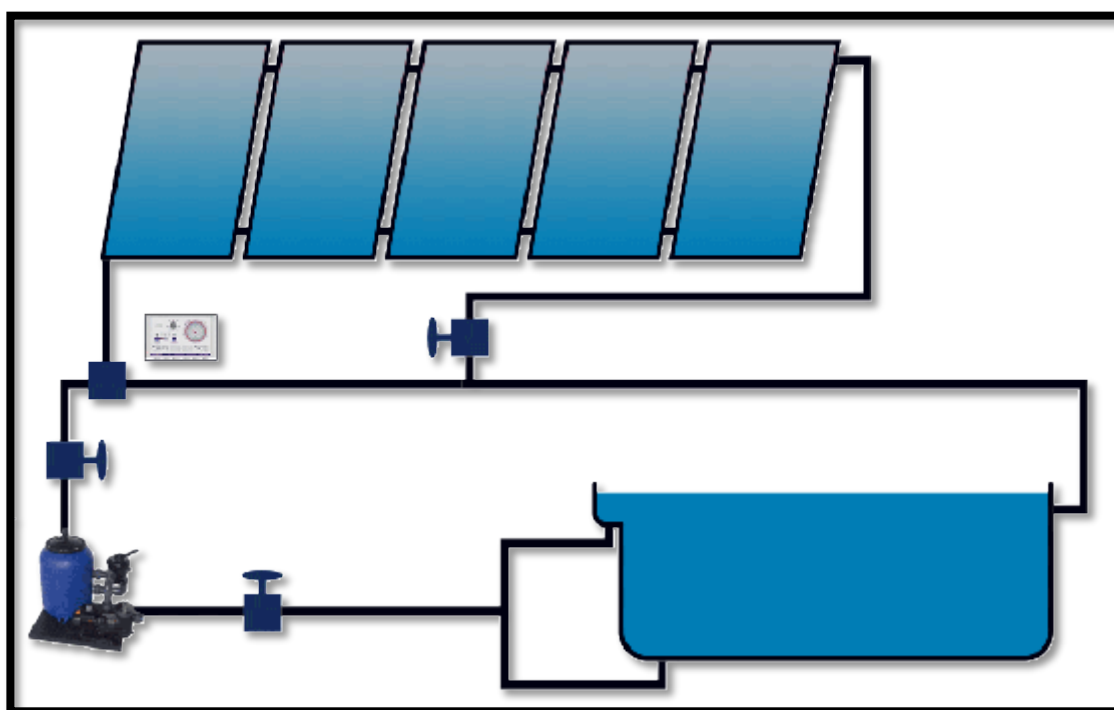
Las Biopiscinas contarán con un sistema de filtración que utiliza microorganismos y plantas. Para ello, las llamadas piscinas biológicas se dividen en dos partes: área de natación y área de plantas. La división es importante, principalmente, para el bañista no tenga que sumergirse entre las plantas, que pueden contener insectos, pájaros y hasta ranas.

Las plantas son responsables de producir biomasa, a través de la fotosíntesis, que será consumida por los microorganismos. Estos, a su vez, transforman la materia orgánica en sustancias inorgánicas (dióxido de carbono, agua y sales minerales – nitratos, fosfatos, sulfatos, entre otros) – que son necesarias para el crecimiento de las plantas respectivamente, esto forma un ciclo de intercambios de materia y energía.

Se contará con 3 Biopiscinas con forma tipo laguna, con un diámetro 380 m2, respectivamente.

Biopiscinas Climatizadas: Para llevar a cabo el proceso de climatizar las Biopiscinas se colocaran captadores solares (paneles) de plástico en una zona cercana a la piscina. Esta área será el campo de captación del calor. El agua de la piscina se bombea directamente a través de los paneles, se calienta, y retorna a la piscina con una temperatura mayor.³¹

Grafica 21. Climatización de Biopiscinas por medio de Celdas Solares



Fuente: Basado en <http://www.soliclima.es>

Senderos y rutas de Montaña: Se llevara a cabo la construcción de 20 km de entre senderos y rutas de bici montaña.

Lo que corresponde a los senderos dependen de la estructura, tipo de suelo y vegetación por lo cual se realizaran con un ancho de 3 metros perfectamente

³¹ ECOSAS. Biopiscinas, piscinas ecológicas y sostenibles Bio-construcción 2017. [En línea]. España 2017 [Citado 22 - Diciembre -2017]. Disponible en internet: <https://ecocosas.com/construccion/biopiscinas-la-alternativa-sustentable/>

²⁹ IBID

adecuados con divisorias hechas en guadua para garantizar la seguridad del huésped. La construcción de las rutas de montaña será un poco más complejas que un simple sendero ya que tienen drenajes saltos y mucho más movimiento de tierra, para lo cual se traerá la maquinaria adecuada.

Tirolesa: Se eligió un lugar con una pendiente de entre 8 y 14. En los puntos de anclaje se tendrán árboles presentes, adicionales a estos se construirá un anclaje artificial que resista la tensión del cable. Se realizara con un ángulo ideal de 170 grados lo que supondría una tensión repartida entre los dos anclajes de 803 Kg. por lo que se buscaran árboles con no menos de 50 cm. Con un trayecto de 900 metros cada uno aproximadamente.

Mirador de aves: Se construirá una especie de cabaña con una ventana de 4 metros de largo con 2 de ancho, la cual contara con un vidrio polarizado el cual no permitirá que los animales vean o escuchen a los huéspedes, para que ellos puedan disfrutar de la belleza y color de las aves y demás fauna de la zona.

Adicional a esto se llevara a cabo siembra de árboles nativos para la recuperación paulatina de zonas de vital importancia natural del terreno.³²

³² AMBIENTE SOLUCIONES ENERGIA SOLAR LED. Productos / energía solar [En línea]. Medellín Colombia 2017 [Citado 8 - Octubre -2017]. Disponible en internet: https://www.ambientesoluciones.com/sitio/productos_lineas.php?c=409

10. CAPITULO 3

10.1. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

10.1.1. Análisis DOFA

El análisis DOFA es una herramienta de comparación acerca de los factores internos y externos que pueden afectar el éxito y el fracaso de algún negocio.

Interno: Corresponde a las fortalezas y debilidades del negocio y se tiene algún tipo de control sobre los mismos.

Externo: Representan las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado.

Tabla 28. Análisis Dofa

ANALISIS DOFA	
Análisis interno	
Fortalezas	Debilidades
<p>F1. Negoción nuevo e innovador en la región con gran variedad de servicios.</p> <p>F2. Servicios especiales adicionales a la competencia en el sector.</p> <p>F3. Diseño y equipamiento con un enfoque ambiental.</p>	<p>D1. Falta de experiencia en el sector hotelero y turístico</p> <p>D2. Su ubicación, ya que se encuentra en una zona alejada del casco urbano.</p> <p>D3. Falta de personal calificado, alta rotación de personal.</p>
Análisis Externo	
Oportunidades	Amenazas
<p>O1. Poca competencia en la Zona del municipio de Aguadas y municipios aledaños.</p> <p>O2. Clima frío de montaña ideal para la propuesta campista y de relajación.</p> <p>O3. Alianzas estratégicas con COTELCO, alcaldía de Aguadas y Gobernación de Caldas.</p>	<p>A.1 Aumento de la competencia en el sector.</p> <p>A.2 Posibles Fenómenos de remoción en masa por altas pendientes.</p> <p>A.3 Posible regreso de grupos armados a la zona.</p>

Fuente: Elaboración Propia

10.1.2. Organismos de apoyo

Como organismo de apoyo se contara con la alcaldía del municipio de Aguadas, ya que con la construcción del hotel se pretende impulsar el turismo en la región a su vez la generación de empleo en las zonas rurales y urbanas del municipio, adicional a esto se ha tenido pláticas con funcionarios de la alcaldía los cuales han manifestado su total apoyo a la realización de este proyecto.

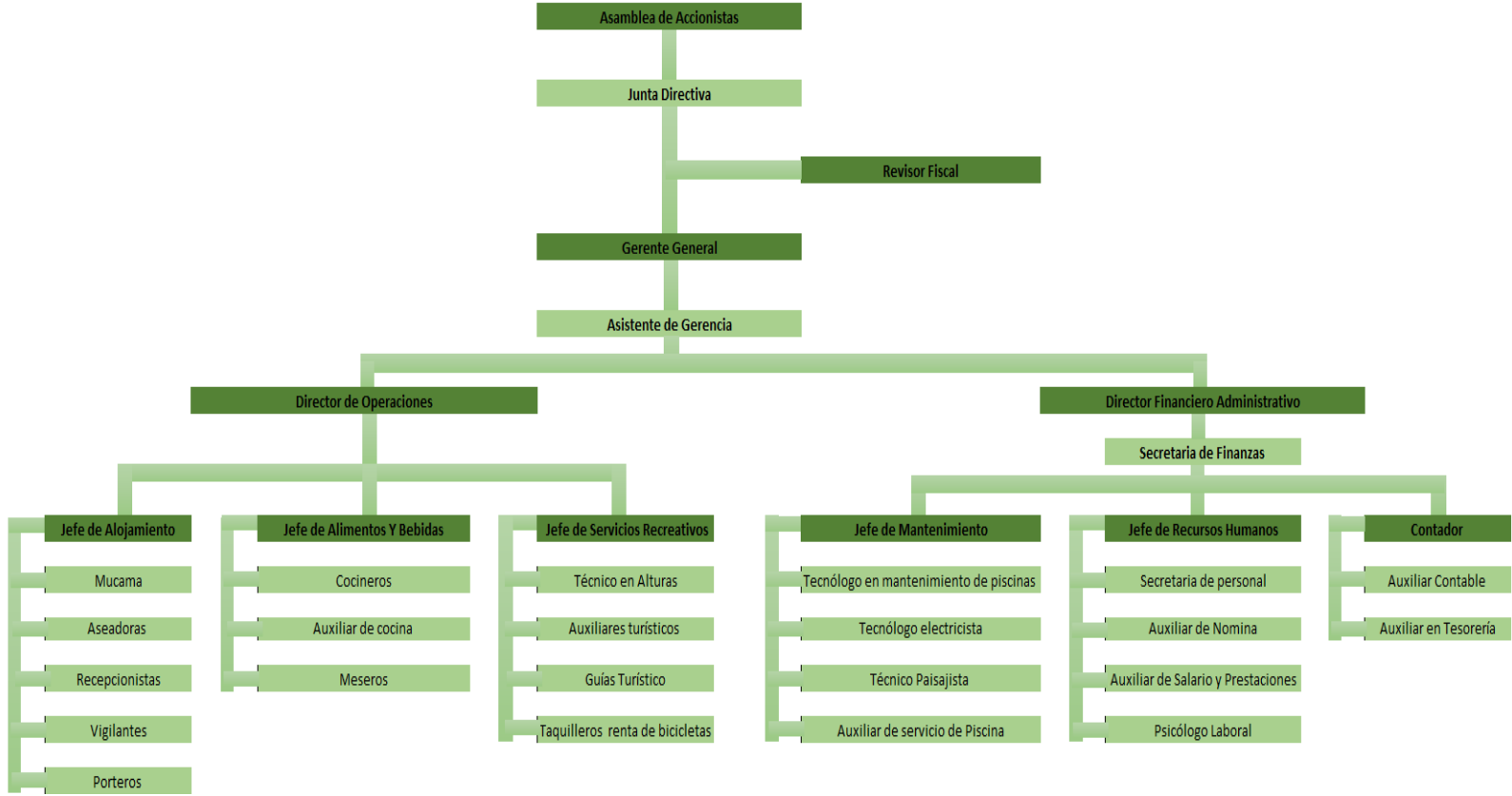
Otro organismo de apoyo será COTELCO la asociación Hotelera Colombiana quien es en estos momentos es el principal ente de hotelería a nivel nacional, se llevaran a cabo los procesos de afiliación a COTELCO Esto con el objetivo de alcanzar un nivel de calidad superior ya que COTELCO es reconocido a nivel mundial y cumplir con sus estándares de calidad, le daría al hotel Campestre “La Guayabera” el reconocimiento como unos de los prestadores de servicios turísticos más representativos del país.

Otro organismo de apoyo importante es el fondo de promoción turística, este fondo es una cuenta a través de la cual se manejan los recursos para la promoción y competitividad del turismo en el país. Este Fondo destina recursos para apoyar proyectos de calidad, innovación y desarrollo tecnológico, siempre y cuando los proyectos sean viables en dirección de Turismo.

10. 2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

10.2.1. Estructura Organizacional

Grafica 22. Estructura Organizacional



Fuente: Elaboracion Propia

10.3. ASPECTOS LEGALES

10.3.1. Constitución y legalidad

Constitución de la Sociedad Anónima

La empresa (Hotel Campestre La Guayabera) constituirá como una sociedad por acciones simplificadas. Ley 1258 de 2008.

Dicha Sociedad Es una persona jurídica cuya naturaleza será siempre de carácter comercial, independientemente de las actividades que se encuentren previstas en su objeto social.

Puede ser constituida por una o varias personas, bien sean naturales o jurídicas, mediante contrato o acto unilateral que conste por documento privado, debidamente inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio correspondiente (Artículo 1 y 5 de la Ley 1258 de 2008).

Requisitos

- Razón social
- Hotel Campestre La guayabera SAS. se constituirá como una empresa hotelera de índole campestre.
- Domicilio principal y sucursales (en caso de tenerlas).
- Termino de duración.
- Enunciación de actividades comerciales..
- Capital autorizado, suscrito y pagado.
- Forma de administración.
- Nombre, identificación y facultades de los administradores
- Tipo de societario autónomo.
- Naturaleza comercial.

- Es una sociedad de capitales.³³
- Considerable economía contractual.
- Los accionistas responden hasta el monto de sus aportes.
- Estructura de gobierno flexible.
- Estructura de capitalización flexible.
- Simplificación de los trámites de constitución.
- Prohibición de acceder al mercado público de valores.⁴⁸

Funcionamiento y estructura

- Se determinará libremente en los estatutos.
- Si no se dice nada, conforme al artículo 420 del código de comercio, “las funciones de la organización estarán en cabeza de la Asamblea de accionistas y las de administración en la cabeza del representante legal”.
- Cuando la sociedad es unipersonal, el accionista puede ejercer todos los roles y funciones, incluso el de representante legal.
- La Asamblea de Accionistas puede reunirse en el domicilio de la sociedad o fuera de él siempre y cuando se cumpla con la convocatoria del quórum.
- Se permiten las reuniones no presenciales y la toma de decisiones por voto

Características adicionales de las S.A.S

- No están obligadas a tener junta directiva.
- Si se crea la junta directiva en los estatutos, podrá estar conformada por uno a varios miembros respecto de los cuales se podrán establecer suplencias.
- La SAS no está obligada a tener Revisor Fiscal salvo en los siguientes casos:
 - Cuando los activos brutos excedan el equivalente a 5.000 salarios mínimos a 31 de Diciembre del año inmediatamente anterior.

³³ IBID

- Cuando los ingresos brutos en el año inmediatamente anterior excedan al equivalente de 3.000 salarios mínimos. (Parágrafo 2 del artículo 13 de la ley 43 de 1990)

10.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COSTOS OPERACIONALES

10.4.1. Gastos de personal

El hotel Campestre La Guayabera contara con un personal de 70 empleados los cuales se contrataran en base a la capacidad y el número de empleados por habitaciones disponibles en las cabañas.

Tabla 29. Nomina

NOMINA								
NOMINA OPERACIONAL								
CARGO	No	Centro de Costos	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO 1	SUELDO AÑO 2	SUELDO AÑO 3	SUELDO AÑO 4	SUELDO AÑO 5
Recepcionistas	2	1	\$ 920.000	\$ 22.080.000	\$ 22.080.000	\$ 22.126.093	\$ 22.126.093	\$ 22.172.187
Vigilantes	3	1	\$ 1.100.000	\$ 39.600.000	\$ 39.600.000	\$ 39.600.000	\$ 39.600.000	\$ 39.600.000
Mucama	4	1	\$ 781.242	\$ 37.499.616	\$ 37.683.989	\$ 37.868.362	\$ 38.052.735	\$ 38.237.108
Aseadoras	2	1	\$ 781.242	\$ 18.749.808	\$ 18.841.995	\$ 18.934.181	\$ 19.026.368	\$ 19.118.554
Jardineros	2	1	\$ 781.242	\$ 18.749.808	\$ 18.841.995	\$ 18.934.181	\$ 19.026.368	\$ 19.118.554
Porteros	2	1	\$ 781.242	\$ 18.749.808	\$ 18.841.995	\$ 18.934.181	\$ 19.026.368	\$ 19.118.554
Cajero	2	1	\$ 781.242	\$ 18.749.808	\$ 18.841.995	\$ 18.934.181	\$ 19.026.368	\$ 19.118.554
Auxiliar de cocina	3	1	\$ 781.242	\$ 28.124.712	\$ 28.262.992	\$ 28.401.272	\$ 28.539.552	\$ 28.677.831
Meseros	3	1	\$ 781.242	\$ 28.124.712	\$ 28.262.992	\$ 28.401.272	\$ 28.539.552	\$ 28.677.831
Guías Turístico	6	1	\$ 550.000		\$ 39.600.000	\$ 39.600.000	\$ 39.600.000	\$ 39.600.000
Auxiliares turísticos	6	1	\$ 781.242	\$ 56.249.424	\$ 56.525.984	\$ 56.802.543	\$ 57.079.103	\$ 57.355.663
Taquilleros renta de bicicletas	3	1	\$ 781.242			\$ 28.124.712	\$ 28.262.992	\$ 28.401.272
Técnico en Alturas	4	1	\$ 920.336			\$ 44.176.128	\$ 44.176.128	\$ 44.176.128
Auxiliar de servicio de Piscina	3	1	\$ 781.242			\$ 28.124.712	\$ 28.262.992	\$ 28.401.272
Tecnólogo en mantenimiento de piscinas	1	1	\$ 781.242			\$ 9.374.904	\$ 9.420.997	\$ 9.467.091
Tecnólogo electricista	1	1	\$ 950.000	\$ 11.400.000	\$ 11.400.000	\$ 11.400.000	\$ 11.400.000	\$ 11.400.000
Técnico Paisajista	1	1	\$ 1.250.000		\$ 1.250.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
Cocineros	4	1	\$ 1.650.000	\$ 79.200.000	\$ 79.200.000	\$ 79.200.000	\$ 79.200.000	\$ 79.200.000
Jefe de Alojamiento	1	1	\$ 1.650.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000
Jefe de Alimentos y bebidas	1	1	\$ 1.650.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000
Jefe de servicios recreativos	1	1	\$ 1.700.000			\$ 20.400.000	\$ 20.400.000	\$ 20.400.000
Jefe de Recursos Humanos	1	1	\$ 1.800.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000
Director de Operaciones	1	1	\$ 3.200.000	\$ 38.400.000	\$ 38.400.000	\$ 38.400.000	\$ 38.400.000	\$ 38.400.000
Subtotal Costo de Nomina	57		\$ 25.933.998	\$ 476.877.696	\$ 518.833.935	\$ 663.936.723	\$ 665.365.614	\$ 666.840.599
FACTOR SALARIAL			\$ 15.560.399	\$ 286.126.618	\$ 311.300.361	\$ 398.362.034	\$ 399.219.369	\$ 400.104.359
TOTAL COSTO DE NOMINA OPERACIONAL			\$ 41.494.397	\$ 763.004.314	\$ 830.134.295	\$ 1.062.298.756	\$ 1.064.584.983	\$ 1.066.944.959
NOMINA ADMINISTRATIVA								
CARGO	No	Centro de Costos	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO 1	SUELDO AÑO 2	SUELDO AÑO 3	SUELDO AÑO 4	SUELDO AÑO 5
Auxiliar de Nomina	1	2	\$ 781.242	\$ 9.374.904	\$ 9.420.997	\$ 9.467.091	\$ 9.513.184	\$ 9.559.277
Auxiliar de Salario y Prestaciones	1	2	\$ 781.242	\$ 9.374.904	\$ 9.420.997	\$ 9.467.091	\$ 9.513.184	\$ 9.559.277
Auxiliar Contable	1	2	\$ 781.242	\$ 9.374.904	\$ 9.420.997	\$ 9.467.091	\$ 9.513.184	\$ 9.559.277
Auxiliar en Tesorería	1	2	\$ 781.242	\$ 9.374.904	\$ 9.420.997	\$ 9.467.091	\$ 9.513.184	\$ 9.559.277
Jefe de Mantenimiento	1	2	\$ 1.800.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000
Secretaria de personal	1	2	\$ 1.650.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000
Gerente	1	2	\$ 2.800.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000
Asistente de Gerencia	1	2	\$ 2.100.000	\$ 25.200.000	\$ 25.200.000	\$ 25.200.000	\$ 25.200.000	\$ 25.200.000
Contador	1	2	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
Director Administrativo y Financiero	1	2	\$ 3.500.000	\$ 42.000.000	\$ 42.000.000	\$ 42.000.000	\$ 42.000.000	\$ 42.000.000
Secretaria de Finanzas	1	2	\$ 1.650.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000	\$ 19.800.000
Subtotal Gasto de Nomina	11		\$ 19.124.968	\$ 229.499.616	\$ 229.683.989	\$ 229.868.362	\$ 230.559.761	\$ 230.237.108
FACTOR SALARIAL			\$ 11.474.981	\$ 137.699.770	\$ 137.810.393	\$ 137.921.017	\$ 138.335.857	\$ 138.142.265
TOTAL GASTO DE NOMINA ADMINISTRATIVA			\$ 30.599.949	\$ 367.199.386	\$ 367.494.383	\$ 367.789.380	\$ 368.895.618	\$ 368.379.374
TOTAL NOMINA			\$ 72.094.346	\$ 1.130.203.699	\$ 1.197.628.678	\$ 1.430.088.136	\$ 1.433.480.601	\$ 1.435.324.332

Fuente: Elaboracion Propia

10.4.2. Inversión de puesta en marcha

Los costos de puesta en marcha se basaron a las necesidades acorde con las cotizaciones necesarias para iniciar el proyecto.

Tabla 30. Inversión de Puesta en Marcha

INVERSION DE PUESTA EN MARCHA				
PLANEACION				
Proveedor	Ítem	Unidad	Costo/Uní	Costo Total
U.N.M	Estudios de Suelo	1	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
	Diseño Urbanístico y Paisajístico	1	\$ 565.852.555	\$ 565.852.555
	Diseño Estructural y Arquitectónico	1	\$ 354.654.895	\$ 354.654.895
	Diseño de Redes Sanitarias	1	\$ 250.693.000	\$ 250.693.000
	Diseño de Redes eléctricas y de iluminación	1	\$ 200.500.365	\$ 200.500.365
SOLARGREEN.S.A	Diseño de Distribución energética solar	1	\$ 425.698.321	\$ 425.698.321
Estudios	Diseño de Marketing	1	\$ 228.317.680	\$ 228.317.680
Estudios	Diseño de Logística	1	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000
	Diseño de publicidad	1	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000
Costos Totales de Planeación				\$ 2.145.716.816
EQUIPO DE OFICINA				
Proveedor	Ítem	Unidad	Costo/Uní	Costo Total
ALMACENES ÉXITO	Portátiles	7	\$ 1.750.000	\$ 12.250.000
ALMACENES ÉXITO	Impresoras	3	\$ 250.000	\$ 750.000
HOMECESTER	Sillas Reclinables	16	\$ 67.000	\$ 1.072.000
HOMECESTER	Escritorio Oficina 1,5x1,2	6	\$ 120.000	\$ 720.000
HOMECESTER	Escritorio Gerente 1,75x2	1	\$ 350.000	\$ 350.000
HOMECESTER	Tablero Acrílico	2	\$ 175.000	\$ 350.000
HOMECESTER	Teléfono Recepción	1	\$ 56.000	\$ 56.000
HOMECESTER	Teléfono Oficina - Avaya	7	\$ 83.000	\$ 581.000
HOMECESTER	Mesa de Conferencia 4x2	1	\$ 750.000	\$ 750.000
HOMECESTER	Archivador	4	\$ 150.000	\$ 600.000
PAPELERIA EUROPA	Papelería e Insumos	1	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000
ALMACENES ÉXITO	Video Beam	1	\$ 1.450.000	\$ 1.450.000
ALMACENES ÉXITO	Tv Led 49 Pulgadas Uhd 4k Smart tv	2	\$ 1.645.000	\$ 3.290.000
Inversión Total Equipos de oficina				\$ 27.419.000
RESUMEN GASTOS DE PUESTA EN MARCHA				
Ítem	Valor /Unidad	Gastos Totales		
Inversión Total Equipos de oficina	\$ 27.419.000	\$ 27.419.000	-	
Inversión Total de Planeación	\$ 2.145.716.816	\$ 2.145.716.816	-	
Nomina	\$ 25.900.000	\$ 77.700.000	3 meses	
Permisos	\$ 4.380.058.819	\$ 175.202.353	4% Gastos de construcción	
Inversion Total de puesta en marcha		\$	2.426.038.202	

Fuente: Elaboracion Propia

10.4.3. Inversión Infraestructural

La inversión de infraestructura se divide en etapas, ya que el proceso de adecuación del terreno, la construcción de ciertas edificaciones pueden estar divididas en intervalos de tiempo acorde con la administración de los recursos.

Tabla 31. Inversion de Infraestructura

INVERSION DE INFRAESTRUCTURA				
Proveedor	Ítem	Unidad	Costo/Uni	Costo Total
Etapa 1-A (AÑO 1)				
INCOMESA.S.A	Portería Peatonal	1	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000
INCOMESA.S.A	Sendero peatonal de acceso A	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
INCOMESA.S.A	Área administrativa oficinas y centro de visitantes	1	\$ 765.000.000	\$ 765.000.000
	Sendero peatonal de acceso B	1	\$ 2.325.000	\$ 2.325.000
	Adecuación de zonas Verdes	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Etapa 1-A				\$ 813.825.000
Etapa 1-B				
HABITISSIMO.S.A	Cabañas - 2 personas	15	\$ 54.000.000	\$ 810.000.000
HABITISSIMO.S.A	Cabañas - 4 Personas	15	\$ 80.000.000	\$ 1.200.000.000
	Sendero Peatonal A	1	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000
INCOMESA.S.A	Enfermería	1	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000
INCOMESA.S.A	Restaurante	1	\$ 565.000.000	\$ 565.000.000
	Sendero Peatonal B- Acceso Zona de camping	1	\$ 3.685.000	\$ 3.685.000
HABITISSIMO.S.A	Zona de Camping	1	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000
	Sendero Peatonal B	1	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000
	Adecuación de zonas Verdes	1	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000
	Amueblamiento Urbano	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Total Costos Etapa 1-B				\$ 2.671.685.000
Etapa 1-C				
	Red de abasto agua Potable	1	\$ 87.569.500	\$ 87.569.500
	Red de abasto agua cruda	1	\$ 54.369.585	\$ 54.369.585
	Red de alcantarillado	1	\$ 119.587.000	\$ 119.587.000
	Red distribución y abasto de Gas	1	\$ 49.000.000	\$ 49.000.000
	Biodigestor Grande de 45 a 100 m3-Domo Fijo (Chir	1	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000
	Redes Eléctricas	1	\$ 213.658.000	\$ 213.658.000
Total Costos Etapa 1-C				\$ 527.034.085
Etapa 1-D				
	Planta de tratamiento de Agua	1	\$ 366.222.000	\$ 366.222.000
	Sub-estación eléctrica	1	\$ 108.000.000	\$ 108.000.000
	Planta de Manejo de Basuras	1	\$ 120.000.000	\$ 120.000.000
	Equipos de seguridad	1	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000
MOVISTAR COLOMBIA	Redes de Comunicación	1	\$ 45.698.222	\$ 45.698.222
Total Costos Etapa 1-D				\$ 663.920.222
Etapa 2- A (AÑO 2)				
	Sendero Peatonal C	1	\$ 4.452.321	\$ 4.452.321
	Sendero Peatonal D	1	\$ 9.560.000	\$ 9.560.000
	Avistamiento De aves	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
	Adecuación de zonas Verdes	1	\$ 45.000.000	\$ 45.000.000
	Zonas Húmedas A	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Total costos Etapa 2-A				\$ 67.012.321
Etapa 3-A (AÑO 3)				
INCOMESA.S.A	Taquilla de Renta de Bicicletas A	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
	Parqueadero Bicicletas A	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Ruta de Montaña A	1	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000
INCOMESA.S.A	Taquilla de Renta de Bicicletas B	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
	Parqueadero Bicicletas B	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
SOLARGREEN.S.A	Red de distribución de energía solar	1	\$ 142.499.788	\$ 142.499.788
SUNCOLOMBIA.C.O	Sub- Estación de energía Solar	1	\$ 32.350.800	\$ 32.350.800
	Ruta de Montaña B	1	\$ 12.800.000	\$ 12.800.000
	Biopiscinas	3	\$ 42.000.000	\$ 126.000.000
SACIPUMPS	Bomba de agua (Biopiscinas)	3	\$ 779.863	\$ 2.339.589
	Sendero Peatonal E	1	\$ 7.090.000	\$ 7.090.000
HABITISSIMO.S.A	Caseta de Control	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000
	Sendero Peatonal F	1	\$ 4.352.014	\$ 4.352.014
	Tramo Tirolesa A 513m	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
	Tramo Tirolesa B 442m	1	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000
	Senderos De acceso Tirolesa A	1	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000
	Senderos De acceso Tirolesa B	1	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000
	Zonas Húmedas B	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Total Etapa 3-A				\$ 348.682.191
Total Gastos de Infraestructura			\$	5.092.158.819,00

Fuente: Elaboracion Propia

10.4.4. Costos de mantenimiento operacional - gastos administrativos y marketing

Tabla 32. Costos de mantenimiento operacional - Gastos administrativos y marketing

COSTOS DE MANTENIMIENTO OPERACIONAL - GASTOS ADMINISTRATIVOS Y MARKETING						
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y MARKETING						
Item	Gastos	Año1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Área Administrativa	\$ 809.000.000	\$ 20.225.000	\$ 24.270.000	\$ 28.315.000	\$ 32.360.000	\$ 32.360.000
Marketing y publicidad		\$ 228.317.680	\$ 136.976.415	\$ 150.470.558	\$ 162.346.405	\$ 172.854.720
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y MARKETING		\$ 248.542.680	\$ 161.246.415	\$ 178.785.558	\$ 194.706.405	\$ 205.214.720
COSTOS DE MANTENIMIENTO OPERATIVOS						
Mantenimiento Preventivo	Costos	Año1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cabañas	\$ 1.288.000.000	\$ 32.200.000	\$ 38.640.000	\$ 45.080.000	\$ 51.520.000	\$ 51.520.000
Zonas verdes	\$ 101.000.000	\$ 2.525.000	\$ 3.030.000	\$ 3.535.000	\$ 4.040.000	\$ 4.040.000
Zona de camping	\$ 5.200.000	\$ 130.000	\$ 156.000	\$ 182.000	\$ 208.000	\$ 208.000
Área de Biopiscinas	\$ 128.339.589	\$ 3.208.490	\$ 3.850.188	\$ 4.491.886	\$ 5.133.584	\$ 5.133.584
Senderos	\$ 47.264.335	\$ 1.181.608	\$ 1.417.930	\$ 1.654.252	\$ 1.890.573	\$ 1.890.573
Rutas de montaña	\$ 17.200.000	\$ 430.000	\$ 516.000	\$ 602.000	\$ 688.000	\$ 688.000
Redes Eléctricas	\$ 321.658.000	\$ 8.041.450	\$ 9.649.740	\$ 11.258.030	\$ 12.866.320	\$ 12.866.320
Redes Sanitarias	\$ 239.587.000	\$ 5.989.675	\$ 7.187.610	\$ 8.385.545	\$ 9.583.480	\$ 9.583.480
Red Energética solar	\$ 174.850.588	\$ 4.371.265	\$ 5.245.518	\$ 6.119.771	\$ 6.994.024	\$ 6.994.024
Zona Restaurante	\$ 565.000.000	\$ 14.125.000	\$ 16.950.000	\$ 19.775.000	\$ 22.600.000	\$ 22.600.000
Zonas Comunes	\$ 35.000.000	\$ 875.000	\$ 1.050.000	\$ 1.225.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
Tirolesa	\$ 2.250.000	\$ 56.250	\$ 67.500	\$ 78.750	\$ 90.000	\$ 90.000
Red de Agua Potable	\$ 453.791.500	\$ 11.344.788	\$ 13.613.745	\$ 15.882.703	\$ 18.151.660	\$ 18.151.660
Red de Abasto Agua Cruda	\$ 54.369.585	\$ 1.359.240	\$ 1.631.088	\$ 1.902.935	\$ 2.174.783	\$ 2.174.783
Red de Abasto de Gas	\$ 51.850.000	\$ 1.296.250	\$ 1.555.500	\$ 1.814.750	\$ 2.074.000	\$ 2.074.000
Avistador de Aves	\$ 5.000.000	\$ 125.000	\$ 150.000	\$ 175.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Seguridad Y comunicación	\$ 69.698.222	\$ 1.742.456	\$ 2.090.947	\$ 2.439.438	\$ 2.787.929	\$ 2.787.929
TOTAL COSTOS DE MANTENIMIENTO	\$ 3.560.058.819	\$ 89.001.470	\$ 106.801.765	\$ 124.602.059	\$ 142.402.353	\$ 142.402.353

Fuente: Elaboracion Propia

Los Gastos administrativos y de mantenimiento se calcula en base al 2.5% inversion del inmueble.

El area de marketing y publicidad comienza con una inversion fuerte el primer año ya para el segundo, tercero, cuarto y quinto año equivalen a un 5% de las ventas netas del establecimiento.

11. CAPITULO 4

11.1. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

11.1.1. Fuentes de financiación

Como fuentes de financiación se acordó que los tres socios involucrados en el desarrollo del proyecto tendrán un porcentaje de inversión de acuerdo a sus capacidades. Lo que respecta al socio 1 y socio 2 aportaran un 10% y un 20% respectivamente, el socio número 3 con un aporte del 70% siendo este el inversionista con la capacidad necesaria para poner en marcha el proyecto ya sea una persona natural o jurídica.

Tabla 33. Total Inversion y aporte de socios

TOTAL INVERSION		
INVERSION TOTAL	\$	7.513.097.021,00
Aporte Socios	Valor total inversión	% de Inversión
Socio 1	\$ 751.309.702	10%
socio 2	\$ 1.502.619.404	20%
socio 3	\$ 5.259.167.915	70%

Fuente: Elaboración Propia

11.1.2. Ingresos y egresos

Tabla 34. Ingresos y egresos

INGRESOS Y EGRESOS					
INGRESOS					
VENTAS	1	2	3	4	5
Cabañas	\$ 2.183.112.000	\$ 2.628.942.000	\$ 2.887.794.000	\$ 3.118.896.000	\$ 3.320.460.000
Pasadía Adultos	\$ 72.774.400	\$ 77.645.700	\$ 85.847.400	\$ 89.380.900	\$ 92.716.200
Pasadía Niños de 5-10 años					
Pasadía Menores de 5 años					
Camping Adulto					
Camping niños de 5-10 años					
Renta de servicios Adicionales A	\$ 27.290.400	\$ 32.940.600	\$ 35.769.750	\$ 38.651.200	\$ 43.918.200
Renta de servicios Adicionales B					
Alimentos y Bebidas	\$ 140.545.560	\$ 150.350.310	\$ 159.533.085	\$ 186.250.470	\$ 172.744.920
VENTAS TOTALES	\$ 2.283.176.800	\$ 2.739.528.300	\$ 3.009.411.150	\$ 3.246.928.100	\$ 3.457.094.400
EGRESOS					
GASTOS	1	2	3	4	5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 20.225.000	\$ 24.270.000	\$ 28.315.000	\$ 32.360.000	\$ 32.360.000
GASTOS DE MARKETING	\$ 228.317.680	\$ 136.976.415	\$ 150.470.558	\$ 162.346.405	\$ 172.854.720
NOMINA ADMINISTRATIVA	\$ 367.199.386	\$ 367.494.383	\$ 367.789.380	\$ 368.895.618	\$ 368.379.374
TOTAL GASTOS	\$ 615.742.067	\$ 528.740.800	\$ 546.574.940	\$ 563.602.027	\$ 573.594.099
COSTOS	1	2	3	4	5
COSTOS DE MANTENIMIENTO OPERATIVOS	\$ 89.001.470	\$ 106.801.765	\$ 124.602.059	\$ 142.402.353	\$ 142.402.353
COSTO DE NOMINA OPERACIONAL	\$ 476.877.696	\$ 518.833.935	\$ 663.936.723	\$ 665.365.614	\$ 666.840.599
COSTOS TOTALES	\$ 565.879.166	\$ 625.635.699	\$ 788.538.781	\$ 807.767.967	\$ 809.242.952
TOTAL EGRESOS	\$ 1.181.621.233	\$ 1.154.376.499	\$ 1.335.113.721	\$ 1.371.369.994	\$ 1.382.837.050
UTILIDAD BRUTAL	\$ 1.101.555.567	\$ 1.585.151.801	\$ 1.674.297.429	\$ 1.875.558.106	\$ 2.074.257.350
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 991.400.010	\$ 1.426.636.621	\$ 1.506.867.686	\$ 1.688.002.295	\$ 1.866.831.615

Fuente: Elaboración Propia

En la anterior tabla se pueden ver los ingresos anuales según las ventas anuales acorde con las fuentes de ingreso en la operación turística hotelera.

11.1.2. Ingresos y egresos

Los ingresos reflejados por parte de las ventas están basados en los servicios que provee el hotel, haciendo fuertes énfasis en el hospedaje y el uso de las cabañas, como también las pasadías por adulto, niños, zonas de camping y el disfrute de servicios adicionales A y B. Todos estos conceptos de ventas se ven afectados por los indicativos de ocupación y de disfrute, los cuales tienen un comportamiento que puede ser pronosticado en base a las temporadas altas y bajas del año.

El incremento de las ventas va en ascenso por año, de acuerdo al incremento en los precios, la adecuación del predio y el desarrollo de las etapas de instalación del hotel.

En los egresos están definidos los gastos administrativos, gastos de marketing y nomina administrativa. Adicional a esto se estipulan en periodo de 5

Los gastos administrativos y marketing junto con los costos de mantenimiento y nomina operacional tienen una presencia recurrente en base a las necesidades requeridas durante el tiempo de funcionamiento de los elementos del hotel, ya lo que corresponde a la nómina en general se presenta un cambio anual en base al incremento salarial tomando como referencia el incremento actual vigente.

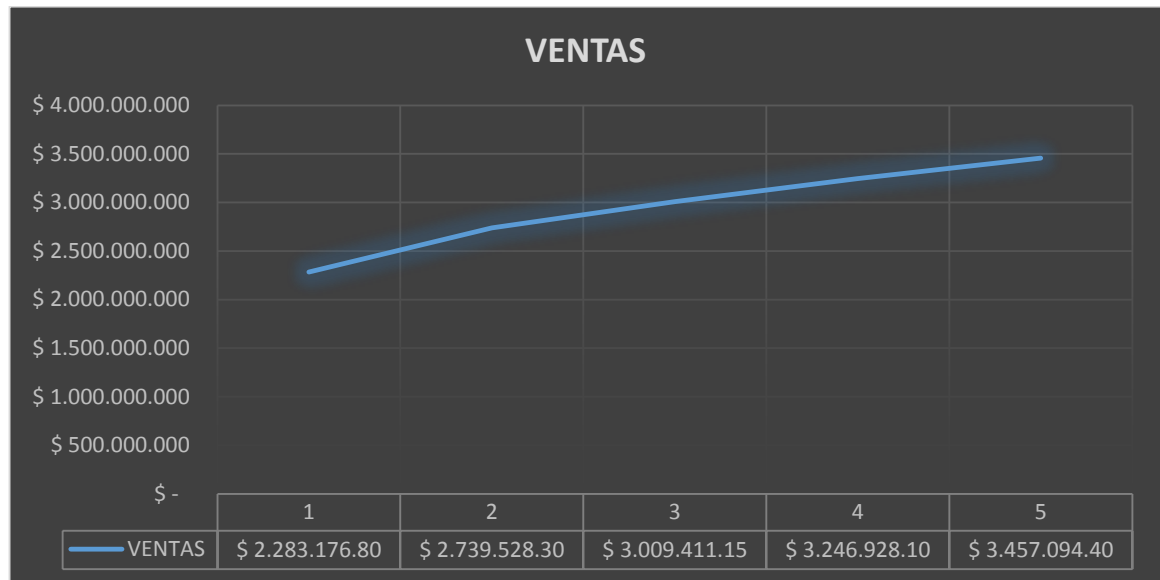
Con base en lo demostrado en la tabla de ingresos y egresos se puede estimar una rentabilidad importante en base a los costos y gastos requeridos, lo que presenta una evidencia fuerte de la viabilidad de este proyecto.

12. CAPÍTULO 5

12.1. Conclusiones

12.1.1. Ventas

Grafica 22. Ventas



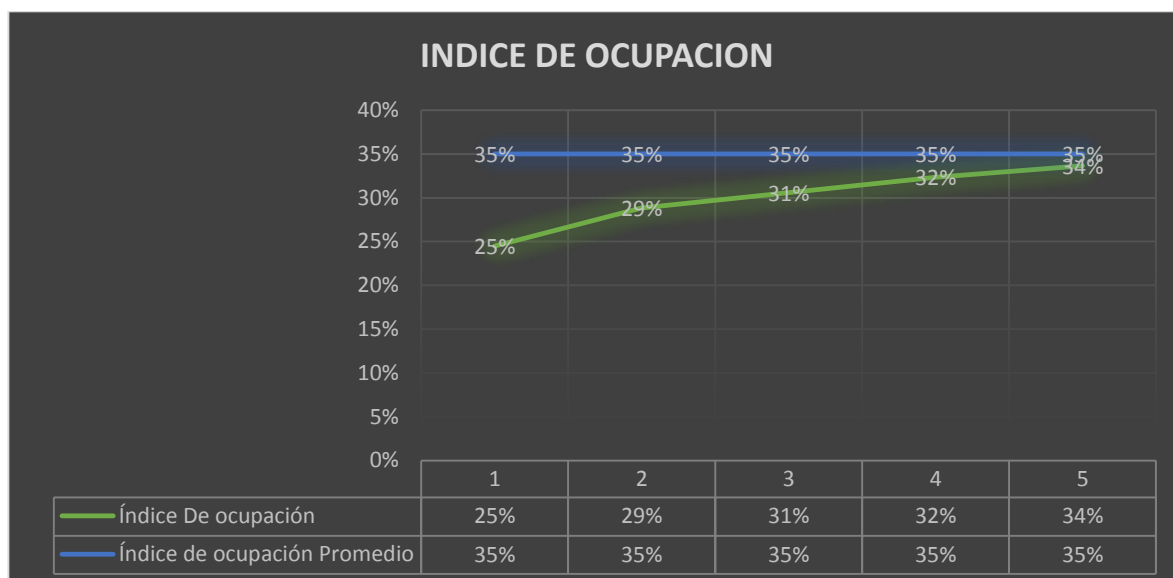
Fuente: Elaboración Propia

En esta grafica podemos evidenciar el comportamiento de las ventas reflejadas durante los 5 años de desarrollo, esto se debe a las estrategias de comercialización y distribución las cuales tienen un impacto directo en el índice de ocupación. Dicho índice es el que determina el porcentaje de ocupación hotelera tomando aspectos como: tamaño del establecimiento, tarifas, segmento de mercado y ubicación.

12.1.2. Índice de ocupación

El índice de ocupación para los próximos 5 años de funcionamiento se pronosticó en el índice determinado por COTELCO para el año 2017 el cual oscilo en el 35% de ocupación.

Grafica 23. Índice de Ocupación

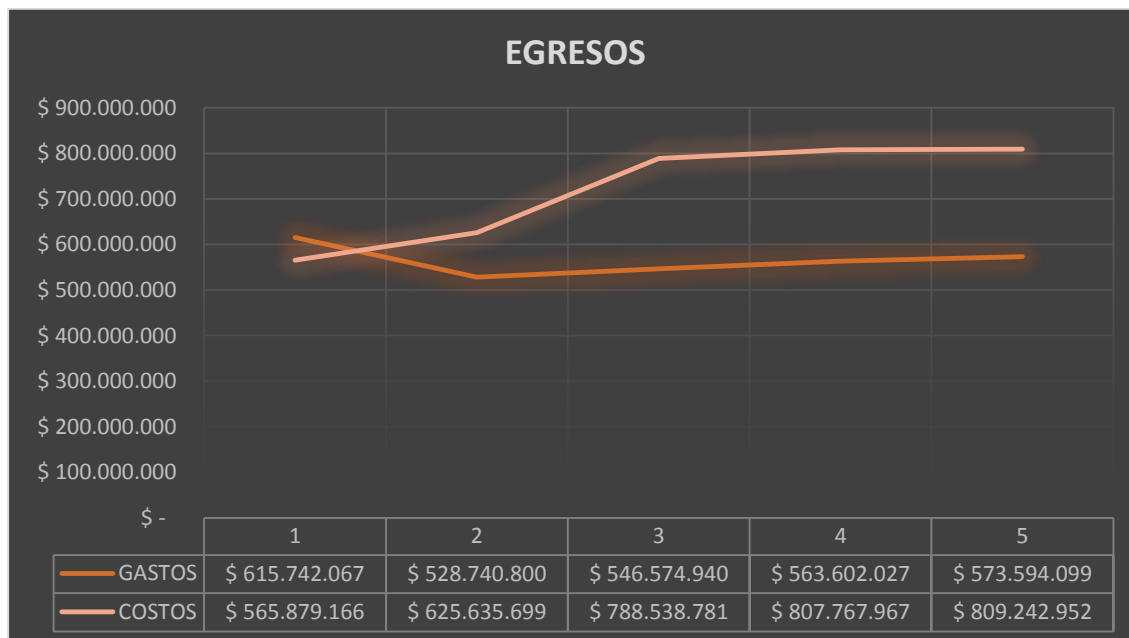


Fuente: Elaboración Propia

Como es indicado en la gráfica se tomó el índice de 35% como meta a alcanzar durante los 5 años proyectados de funcionamiento. Para ello se realizaron análisis de competitividad al sector hotelero regional y local, además de un análisis y valoración de los servicios que ofrece el Hotel campestre La Guayabera y como estos servicios y características, tienen un impacto directo sobre este indicador. Adicional a esto, se tomó en cuenta como las adecuaciones pendientes acorde con las etapas establecidas de construcción para el hotel, afectarán de manera importante las proyecciones durante los próximos 5 años.

12.1.3. Egresos

Grafica 24. Egresos

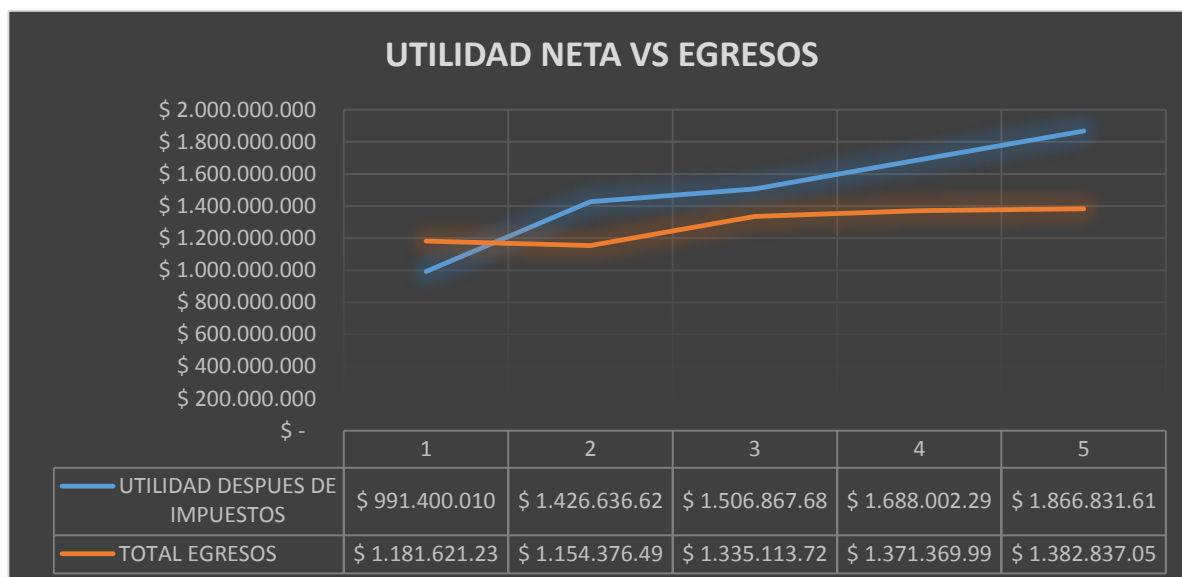


Como lo indica la gráfica en una proyección de 5 años de egresos que involucran tanto costos como gastos, podemos ver un inicio fuerte en los gastos durante el primer año, ya que como estrategia de distribución es necesario realizar un esfuerzo importante en el área administrativa y de marketing para así asegurar un campo de acción y llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles, a partir del segundo año los gastos comienzan a tener un incremento leve pero estable con base las inversiones en el área administrativa y de marketing ya están plenamente establecidas.

En el área de costos podemos ver un incremento significativo de \$ 241.888.801 desde el año 1 al año 3 y a partir de año 4 se empieza a evidenciar una estabilización de los costos operacionales que involucran nomina operacional y costos de mantenimiento operativo.

12.1.4. Utilidad Neta VS Egresos

Grafica 25. Utilidad Neta vs Egresos



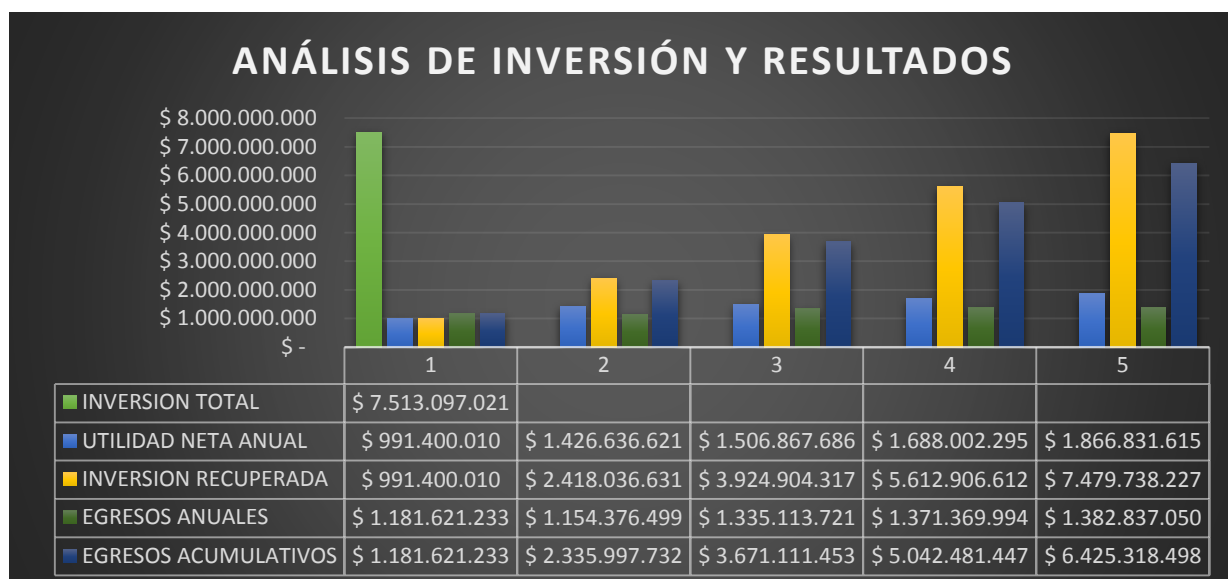
Fuente: Elaboración Propia

Tomando en base las gráficas anteriores podemos ver el comportamiento de la utilidad y los egresos generados durante los 5 años proyectados, como es de esperarse en proyectos de emprendimiento durante el primer año siempre se esperan pérdidas durante el acople y prestación del servicio.

Ya a partir del segundo año se puede evidenciar como las curvas de comportamiento se van alejando a medida que las ventas se incrementan y los costos y gastos se estabilizan.

12.1.5. Análisis de inversión y Resultados

Grafica 25. Análisis de inversión y Resultados



Fuente: Elaboración Propia

Analizando la gráfica y los valores representados en ellas podemos evidenciar aquellos elementos que constituyen el comportamiento financiero que tendría el hotel campestre La Guayabera durante los 5 años de funcionamiento. La inversión total del proyecto equivale a unos \$ 7' 513.097.021, en base a esto se proyectaron unos egresos totales a final de los 5 años \$ 6'425.318.498 y una utilidad neta acumulada la cual representaría el capital recuperado de inversión un total de \$ 7'479.738.227 al final de los 5 años proyectados.

Acorde con el análisis de los datos presentados en la proyección financiera del proyecto, este representa un nivel de rentabilidad bastante prometedor con una recuperación del capital invertido de un 99.56%, al final de los cinco años proyectados.

Durante el desarrollo de este plan de negocios, en cuanto a su proceso de investigación, se encontró que aun el sector hotelero y turístico en cuanto los servicios que allí se ofrecen aún están lejos de tener un pensamiento ambientalmente responsable.

El sector hotelero y turístico se ha considerado de mediano impacto ambiental, por lo que no ha sido tenido en cuenta para que implemente sistemas de gestión ambiental que contribuyan a la preservación de los recursos naturales.

Se sabe que dichos sectores afectan principalmente los recursos naturales: agua, aire y generación de residuos, predominando los de tipo orgánico.

Al implementar técnicas para la disminución de los residuos, las emisiones, reducir el consumo de agua y energía, generalmente se propone el cambio técnico de los procesos: sustitución de materiales, modificaciones en los equipos o diseño de nuevos productos. Pero aún está lejos un proceso de reflexión que permita tener una perspectiva ambientalmente responsable.

No importa la ubicación o las dimensiones del hotel siempre va a haber un consumo importante de agua y energía, así como la utilización de productos de consumo, sustancias tóxicas, industriales o peligrosas como productos de limpieza y mantenimiento los cuales generara residuos o subproductos a su vez como emisiones a la atmosfera o afectación a afluentes cercanos.

La sostenibilidad económica de la actividad hotelera debe alinearse con la sostenibilidad ambiental. Es necesario disminuir los impactos al medio ambiente y aportar al desarrollo de las comunidad, para ello el sector hotelero y turístico debe ser consciente de los impactos que las actividades turísticas y de esparcimiento generan en un territorio.

En la formulación del hotel campestre La guayabera se ha encontrado una oportunidad importante para el éxito y durabilidad de este proyecto. La baja competitividad con respecto a los servicios que se pretende ofrecer en la zona, el impacto positivo a nivel social y económico que tendrá el hotel en el municipio. Esto

afianzara las bases para un proyecto que tendrá la capacidad de ser no solo importante para la región, sino emblemático debido a su visión y misión con énfasis en responsabilidad ambiental empresarial.

12.2. Bibliografía

DE TURISMO POR COLOMBIA. Sitios turísticos del departamento de caldas. [En línea]. Colombia, 2014. [Citado 14-Marzo-2017]. Disponible en internet: <http://www.deturismoporcolombia.com/Fincas/caldas/indice.php>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Guías del Registro Mercantil. [En línea]. Agosto 2017 Colombia [Citado 18-Diciembre -2017] Disponible en internet: <http://camara.ccb.org.co>

VALENCIA, Jorge C. Cronología Básica para una Historia del Turismo Colombiano [En línea]. Bogotá, 1992 [Citado 6-Enero -2017]. Disponible en internet: <http://www.boletin-turistico.com/america/ayercol.htm>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUADAS CALDAS. Plan de ordenamiento territorial del municipio de Aguadas Caldas. [En línea]. Aguadas – Colombia, 2009 [Citado 4 -Enero -2017]. Disponible en internet: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUADAS CALDAS. Plan de Desarrollo Aguadas Caldas 2008-2011. [En línea]. Aguadas – Colombia, 2008 [Citado 4 -Enero -2017]. Disponible en internet: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUADAS CALDAS. Datos Generales de Aguadas Caldas 2012. [En línea]. Aguadas – Colombia, 2012 [Citado 4 -Enero -2017]. Disponible en internet: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos>

EL UNIVERSAL. Colombia se perfila como joya emergente del turismo [En línea]. Bogotá 22 de Julio de 2017 [Citado 8 -Septiembre -2017]. Disponible en internet: <http://www.eluniversal.com.co/colombia/colombia-se-perfila-como-joya-emergente-del-turismo-258317>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUADAS DIRECCIÓN LOCAL DE SALUD. Análisis de situación de salud con el modelo de los determinantes sociales de

salud de municipio de aguadas, 2016 [En línea]. Aguadas Caldas 2016 [Citado 8 -Septiembre -2017]. Disponible en internet: <http://observatorio.saluddecaldas.gov.co/desca/asis/2016/asis-municipal-2016-Aguadas.pdf>

AREWARO. ECOTURISMO - Turismo ecológico [En línea]. Colombia 2009 [Citado 25 -Agosto -2017]. Disponible en internet: <http://www.ecoturismooarewaro.com/web/es/ecoturismo-turismo-ecologico.html>

DANE. Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento de Caldas [En línea]. Colombia 2008 [Citado 16 - Agosto -2017]. Disponible en internet: https://www.dane.gov.co/files/icer/2008/caldas_icer_l_sem_08.pdf

CENTRO DE INFORMACION TURISTICA DE COLOMBIA. Oferta y demanda de la actividad turística a nivel nacional e internacional. [En línea]. Colombia 2017 [Citado 19 - Abril- 2017]. Disponible en internet: <http://www.citur.gov.co/estadisticas>

AMBIENTE SOLUCIONES ENERGIA SOLAR LED. Productos / energía solar [En línea]. Medellín Colombia 2017 [Citado 8 - Octubre -2017]. Disponible en internet: https://www.ambientesoluciones.com/sitio/productos_lineas.php?c=409<http://>

CAMARA DE COMERCIO DE MANIZALES. Servicios de innovación [En línea]. Colombia 2013 [Citado 4 - Mayo -2017]. Disponible en internet: <http://www.ccmppc.org.co/>

Camacho, Cesar Augusto. 2010. Como es la gestión de mantenimiento en el hotel Hilton. Cartagena de Indias, 8 de Enero de 2010.

Mola, Jaime. 2009. Cómo es la gestión de mantenimiento en el hotel Cartagena Plaza. Cartagena de Indias, 27 de Diciembre de 2009.

ECOSAS. Biopiscinas, piscinas ecológicas y sostenibles Bio-construcción 2017. [En línea]. España 2017 [Citado 22 - Diciembre -2017]. Disponible en internet: <https://ecocosas.com/construccion/biopiscinas-la-alternativa-sustentable/>

POLANCO. Daniela-¿Es el ecoturismo una alternativa al turismo de aventura en el Cantón el chaco? [En línea]. Ecuador 2016 [Citado 25-Abril -2018]. Disponible en internet: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4941/5919>

DR. CERVANTES JORGE F BORJA- Análisis del impacto ambiental generado por los grandes proyectos turísticos de desarrollo turístico en México [En línea]. México 2009 [Citado 25-Abril -2018]. Disponible en internet: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal3/Procesosambientales/Impactoambiental/13.pdf>

12.3. Anexos

12.3.1. Inventario turístico del municipio de Aguadas Caldas

Parque de Bolívar

Es la sala de recibo de la ciudad, principal punto de encuentro de los Aguadeños, desde allí se inició la fundación del pueblo, en el centro se aprecia una bella pileta de bronce, traída desde New York en tren y a lomo de mula en 1914, empinadas araucarias y arboles propios de la región. Alrededor del parque se encuentra la Alcaldía Municipal, el Templo de la Inmaculada Concepción, además posee la estatua del libertador y las principales entidades bancarias, así como algunos establecimientos comerciales.



Fuente: Alcaldía de Aguadas Caldas 2017

Parque olivares

Es un espacio público construido en honor a los fundadores del Municipio, está adornado por un Obelisco de 15 metros de altura como tributo a la tenacidad y la pujanza de la región paisa y fue construido con dineros recaudados en la primera versión de las Fiestas de la Iraca, este parque está ubicado al Frente del Hospital San José y donde existió la primera Casa de teja de Don Narcizo Estrada, actualmente se encuentra el Hogar de Ancianos Santa Catalina y el monumento al Gran Cacique Pipintá



Fuente: Alcaldía de Aguadas Caldas 2017

Parque de la confraternidad caldense

Conocido por los Aguadeños como parque de la Vana, es una plaza cívica que exalta el civismo y unión de los municipios y donde se realizan eventos culturales como basares, festivales, muestras artísticas, además encontramos el Templo de Chiquinquirá, las banderas de los 27 municipios del Departamento de Caldas para confirmar la unión y la grandeza de los pueblos

Templo de la Inmaculada Concepción

Es el Templo madre de la ciudad, uno de los más hermosos de la arquidiócesis de Manizales, fue construido desde la época de la fundación, su arquitectura, es una construcción ecléctica con mezclas renacentes y románticas reflejadas en su decoración tanto interna como en el exterior. Posee un bello y original órgano tubular, traído de España, a lomo de mula por arrieros, en nuestro país solo existen cuatro de este tipo y con el cual se realizan además de las eucaristías conciertos de tipo artísticos en el Festival Nacional del Pasillo.

Templo de nuestra señora del Rosario de Chiquinquirá

Es una edificación con arquitectura contemporánea, fue construida en 1959 como iniciativa del Pbro. Cosme Caña y con la ayuda del pueblo aguadeño, para remplazar la pequeña capilla que estaba ubicada al lado de la Casa Cural, entre sus atractivos tenemos sus hermosos vitrales con imágenes religiosas, un representativo campanario y un mosaico en cerámica, en la parte frontal con la imagen de su patrona.

Santuario de San Antonio De Arma

Templo de gran valor cultural, histórico y religioso para el municipio y la región en él se conserva auténticas reliquias de carácter histórico y artístico, como la imagen de San Antonio de Arma, el Cristo de la Conquista y la réplica de la imagen de Nuestra Señora del Rosario de Arma.

Cementerio san jerónimo

Es uno de los primeros parques cementerios del municipio construido en 1950 en reemplazo del segundo cementerio del municipio ubicado en el sector de Pore; es un lugar de encuentro y meditación, adornado a la entrada por una hermosa pileta iluminado y un altar sobre el cual descansa un hermoso Cristo Misericordioso. Este cementerio es reconocido por la distribución de sus espacios que dan lugar a grandes prados con jardines.

Pueblito viejo

Es una réplica del municipio en su época de fundación, conservando características arquitectónicas y culturales, tiene capilla, alcaldía, escuela, la Fonda la Manuela y un pequeño parque elaborado en piedra que da la idea de antigüedad.

Es un lugar de encuentro y recreación, desde aquí se puede apreciar una hermosa panorámica del municipio, aquí se realizan diferentes eventos, como la serenata a Aguadas en el Festival Nacional del Pasillo. Está ubicado en el Barrio Alto de la Virgen.

Fonda de Manuela

Fue la primera casa construida en 1805 por una señora llegada de Sonsón y de nombre Manuela Ocampo que en compañía de sus dos hijos se estableció en donde hoy se levanta el Parque de Bolívar. A dicha Fonda llegaban los arrieros paisas que iban hacia el Sur o venían de allí, en este lugar encontraban “comida, dormida y pasto pa’ las mulas”. Sus hijos abrieron el monte y plantaron sus cultivos, uno de los barrios de la ciudad ha sido denominado “LA MANUELA” como justo reconocimiento a su odisea.

Sala Indígena

Se admiran allí arcos y flechas, cerbatana, bastones de mando de caciques indígenas, collares, huesos, instrumentos musicales, piedras labradas, algunas vasijas de barro y cuencos extraídos de guacas.

Documentos antiguos

Aquí se pueden admirar decretos, comunicados oficiales, papeles de la época de la guerra de los mil días, sobres y fichas de correos del siglo pasado, papeletas lacradas de votación donde aparece el nombre del gran poeta antioqueño Gregorio Gutiérrez Gonzales.

Biblioteca pública

Llamada “Javier Ocampo López” fue creada mediante acuerdo N31 del día 14 de octubre de 2004, emanada por el honorable concejal municipal de esta localidad, se encuentra ubicada en el municipio de Aguadas Norte del Departamento de Caldas en la zona céntrica exactamente en la carrera 3 con calle 6 a dos cuadras del parque principal. La biblioteca Pública cuenta con programas dedicados a la lectura donde niños, jóvenes y adultos disfruten de un rato ameno y agradable.

Museo nacional del sombrero

Ubicado en la Casa de la Cultura de Aguadas, dispone de 6 salas, incluye una colección de sombreros de Boyacá, Valle, Choco, Antioquia, Tolima, Cauca, Córdoba y Nariño, lógicamente el más sobresaliente es el de Aguadas, de la mejor textura y finura. Hace quince años inicio un proyecto inspirado por Colcultura con la creación y originalidad del Maestro Manuel Zapata Olivella quien se dio a la tarea de coleccionarlos.



Fuente: Alcaldía de Aguadas Caldas 2017

Museo de antigüedades

Aquí se pueden apreciar muebles. Sillas, mesas, catres plegables, en conmutador de la primera planta telefónica municipal, una máquina para fabricar gaseosas, y envases, algunos con etiquetas de la época, las antiguas pantallas del alumbrado público, instrumentos de la antigua banda de música, sillas de montar, etc.

Sala Eugenio Lotero

Allí se exhiben 40 estatuillas elaboradas con herramientas muy rudimentarias por nuestro gran artista Eugenio Lotero, estas estatuillas corresponden a personajes aguadeños; sacerdotes, médicos, maestros, escritores, hombres cívicos. Estas se admiran allí una colección de biblias una escrita en hebreo. Otra en Francés y una colección de monedas extranjeras y nacionales.

Casa de la cultura

Fue creada mediante el acuerdo Nro.22 de julio de 1969, proyecto presentado por Don Francisco Franco. Es un escenario de promoción y fomento de la cultura aguadeña, es uno de los centros culturales más bonitos y sobresalientes de la región que conserva la esencia de la arquitectura típica antioqueña, es sede del museo Nacional del Sombrero y otras salas contenedoras de la identidad del pueblo.

Calle de los faroles

Calle típica del pueblo, de gran valor cultural e histórico; no tiene acceso a vehículos ya que está formada de 144 escalones, es de uso peatonal, se encuentra adornada por faroles, hermosos jardines, balcones y aleros típicos, la cual se hace perfecta para la recreación y esparcimientos de aguadeños y visitantes. Esta calle hace referencia a la difícil topografía sobre la cual fueron construidos los pueblos de esta región y a la tenacidad de los hombres que lo fundaron. Se encuentra ubicada en la calle 8 entre carreras 3 y 4.

Pionono aguadeño

Es una deliciosa golosina tradicional de la región, hecha a base de harina, que envuelve brevas, ariquipe, coco y bocadillo, reconocida a nivel nacional por su sabor único y exquisito, ha sido ganador de primeros puestos a nivel nacional e internacional en concursos gastronómicos.

El tesoro Pipinta

“Las joyas escondidas por nuestros antepasados los “Armados”, han pasado a la historia con el nombre legendario “TESORO PIPINTA”, riqueza que ha despertado grandes fantasías e ilusiones y definir inusitadas ambiciones. Pipintá cacique principal de los cocuyes, era hombre riquísimo, de gran poder y quien posiblemente ya anciano se presentó acompañado de un joven a rendirle homenaje a Mariscal Robledo.

El tesoro fue escondido, por los armados en un lugar tan seguro para tal fin que para las innumerables búsquedas realizadas, nadie pueda encontrarlo. Se dice que el tesoro fue llevado a un lugar entre la Villa de Arma y el puente de La Cana en el municipio de Pácora, ya que era difícil para los indios llevarlo a una distancia mayor dado el poco tiempo de que disponían y el constante hostigamiento de los Españoles”.

Sombreros y artesanías en palma toquilla

A nivel nacional Aguadas es reconocido por sus artesanías, en especial por el famoso Sombrero Aguadeño, prenda símbolo de la región, del café y de la cultura paisa, elaborado a mano y con fibra de la Palma de Iraca, una tradición ancestral que en el municipio aun se ha conservado por creativas mujeres de la localidad y que se convierte en la principal industria.

Festividades y eventos

Festival nacional del pasillo colombiano

Se institucionalizó desde el año 1990 en honor a los Hermanos Hernández, primeros embajadores de la música colombiana en el exterior. Declarado patrimonio cultural de la nación en el año 2005, por su gran importancia para el fomento y la promoción de este ritmo folclórico de la región Andina Colombiana.



Fuente: Alcaldía de Aguadas Caldas 2017

Muestra nacional de danzas

Festividad de reciente data, mediante la cual se busca fomentar y fortalecer las manifestaciones coreográficas colombianas; colorido; ritmo y donaire, en un mismo escenario. Este certamen lo realiza la Institución Educativa Roberto Peláez.



Fuente: Alcaldía de Aguadas Caldas 2017

Patrimonio natural y ambiental

Cerro Monserrate

Es un parque de recreación que sirve como mirador natural, posee una panorámica de 360°, desde allí, en el tiempo de verano se pueden divisar municipios de cuatro departamentos de Colombia: Antioquia, Caldas, Risaralda, Choco, este cerro posee un gran valor histórico ya que fue un lugar estratégico para las tribus que habitaban en esta región, cuenta que el legendario Cacique Pipintá, desde allí vigilaba sus tierras, también fue un cementerio indígena, se han encontrado restos de tumbas las cuales hoy se encuentran en la Casa de la Cultura Francisco Giraldo.



Fuente: Alcaldía de Aguadas Caldas 2017

Cueva Indígena El Cedral

Más que una cueva es un túnel elaborado en piedras, aproximadamente con una profundidad de 5 metros, ubicada en la vereda el Cedral a solo 15 minutos en carro de la zona urbana.

Petroglifos “El dorado”

Testimonios arqueológicos, herencia de los Armas y Paucuras, comunidades indígenas que habitaron esta región 450 años atrás.



Fuente: Alcaldía de Aguadas Caldas 2017
